EFFECTIVE ADCOM

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം

OCTOBER 2018 Vol. 4 Issue 45 മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക Price:₹50/-

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION

പ്രളയാനന്തര കേരളം
ആഡ്കോം സംവാദം

വ്യവസായ സംരംഭകരും പരസ്യ ഏജൻസികളും

ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്ക്
Motivation

ടൈം വാരിക ഇനി പുതിയ കരങ്ങളിൽ
ശേഷം പത്രവിശേഷം

• MODELING • STUDENTS' CORNER • SOFTWARE • MOTIVATION • MEDIA



ഉള്ളടക്കം

Cover: Ashwika Omkumar

Vol. 4 | Issue 45 | October 2018









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective_adcom

To read online:
www.effectiveadcom.com



EDITORIAL

പാഠങ്ങൾ നീർകുമിളകളാകരുത്

മറവി മനുഷ്യനു ഒരേസമയം അനുഗ്രഹവും ശാപവുമാണ്. പലകാര്യങ്ങളും മറക്കാനാകുന്നതുകൊണ്ടാണ് ജീവിതം അനുസ്യൂതം മുന്നോട്ട് ഒഴുകുന്നത്. എന്നാൽ മറ്റു ചിലവ മറക്കാൻ പാടില്ലതാനും.

കഴിഞ്ഞുപോയ മഹാപ്രളയം എല്ലാവർക്കും വലിയ പാഠങ്ങൾ നൽകിയെന്നാണ് പൊതുവേ വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നത്. പലരും ഒരു തിരിഞ്ഞുനോട്ടത്തിനും തിരിച്ചറിവിനും ഇത് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതായി സോഷ്യൽ മീഡിയകളിൽ നിന്നും മനസ്സിലാകുന്നു. ഭീമാകാര ഭവന നിർമ്മിതികളും അത്യാടംബര അലങ്കാരങ്ങളും അനുചിതമായിരുന്നുവെന്ന് അതെല്ലാം നഷ്ടപ്പെട്ടപ്പോഴാണ് പലരും തിരിച്ചറിഞ്ഞത്. ഇനി മേലിൽ ഇത്തരം ആഡംബരങ്ങളുടെ പിന്നാലെ പോകില്ലന്നു വിലപിക്കുന്ന പലരേയും കണ്ടു.

പക്ഷേ എത്രനാൾ? ഈ ചിന്തകളും തിരിച്ചറിവുകളും നീർകുമിളകൾപോലെ പൊട്ടിപോയേക്കാം. മനുഷ്യന്റെ, പ്രത്യേകിച്ചും മലയാളിയുടെ ശീലം അതാണ്. നാം അധികം താമസിയാതെ വീണ്ടും അർത്ഥശൂന്യമായ ആർഭാടങ്ങളുടെ പിന്നാലെ പോയേക്കാം. നമ്മുടെ പല വ്യവസായങ്ങളും നിലനിൽക്കുന്നതു തന്നെ ആർഭാടങ്ങൾക്കുവേണ്ടിയുള്ളതാണന്നതാണ് മറ്റൊരു സത്യം.

എല്ലാ തീരുമാനങ്ങളും പ്രവർത്തനങ്ങളം പ്രകൃതി സംരക്ഷണത്തിലൂന്നി തന്നെയാണന്ന് ഉറപ്പാക്കുവാനെങ്കിലും നമുക്കു കഴിയണം. അതിനായി നവകേരള സൃഷ്ടിയിൽ പങ്കുചേരുന്നവരുടെ പ്രതീക്ഷകളും ആശങ്കകളും അഭിപ്രായങ്ങളും ആരായുന്ന ആഡ്കോം സംവാദം ഈ ലക്കത്തിൽ ആരംഭിക്കുകയാണ്.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

ആഡ്കോം സംവാദം

പ്രളയാനന്തര കേരളം

ലോകശ്രദ്ധനേടിയ മഹാപ്രളയത്തിനുശേഷം ഒരു തിരിച്ചുവരവിന്റെ പാതയിലാണ് കേരളം. നവകേരള സൃഷ്ടിയിൽ പങ്കുചേരുന്നവരുടെ പ്രതീക്ഷകളും ആശങ്കകളും അഭിപ്രായങ്ങളും ആരായുന്ന ആഡ്കോം സംവാദം.

രണ്ടു ചോദ്യങ്ങളാണ് ഉന്നയിക്കപ്പെട്ടത്. ഈ മഹാപ്രളയം മനുഷ്യസൃഷ്ടിയോ പ്രകൃതിസൃഷ്ടിയോ? നവകേരള സൃഷ്ടിയിൽ താങ്കളുടെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ എന്തെല്ലാം? പ്രതികരിച്ചവർ ആരും തന്നെ രാഷ്ട്രീയ ചായ്‌വുകളോടെ സംസാരിച്ചവരല്ല. ഏതെങ്കിലും സർക്കാരുകളെ കുറ്റപ്പെടുത്തുന്നവരും അല്ല. അപ്പോൾ ഉത്തരവാദികൾ ആര് ? തുടർന്ന് വായിക്കുക.



ഭൂവിനിയോഗ നയം തിരുത്തപ്പെടണം

ഏബ്രഹാം മാത്യു
എഴുത്തുകാരൻ, സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തകൻ

പ്രഥമദൃഷ്ട്യാ ഇതൊരു പ്രകൃതി ദുരന്തമാണെന്നു തോന്നുമെങ്കിലും ഇത് ഇത്രയധികം തീഷ്ണമായ ഒരു ദുരന്തമാക്കി മാറ്റിയതിൽ നമ്മുടെ ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെ അനാസ്ഥയാണെന്ന കാര്യത്തിൽ യാതൊരു സംശയവുമില്ല. ഇത്തരം അഭിപ്രായങ്ങൾ പറയുന്നതിൽ യാതൊരു രാഷ്ട്രീയവും കാണേണ്ടതില്ല. ഭരണത്തിലിരിക്കുന്നത് ഏതു സർക്കാരായാലും ഉദ്യാഗസ്ഥരുടെ സമീപനം വളരെ നിർണ്ണായകമാണ്. യഥാസമയം തീരുമാനങ്ങളെടുക്കാതിരിക്കുകയും തികച്ചും ഉദാസീനതയോടെ നടപടികളെടുക്കുകയും ചെയ്ത ഉദ്യോഗസ്ഥർക്കെതിരെ സമഗ്രമായ അന്വേഷണം വേണമെന്നാണ് അഭിപ്രായം.

അതിശക്തമായ മഴ തുടർച്ചയായി പെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുമ്പോൾ ഡാം സുരക്ഷയ്ക്കായി വൈദ്യുതി ബോർഡിലെയും ജലവിഭവവകുപ്പിലേയും ഉദ്യോഗസ്ഥർ കൈക്കൊള്ളേണ്ടതായ കുറെ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുണ്ട്. അവയിൽ എത്രമാത്രം നിറവേറ്റി എന്നു ആത്മപരിശോധന നടത്തേണ്ടതുണ്ട് ഡാമുകൾ തുറക്കാനുള്ള തീരുമാനങ്ങൾ അവസാന നിമിഷം വരെ നീട്ടിയത് എന്തിനുവേണ്ടിയായിരുന്നു? ഡാം തുറക്കുവാൻ ഉത്തരവു പുറപ്പെടുവിക്കേണ്ട കളക്ടർമാർപോലും അറിയുന്നത് തുറന്നു കഴിഞ്ഞ ശേഷമാണെന്ന് വയനാട്ടിലെയും പത്തനംതിട്ടയിലേയും കളക്ടർമാർ തന്നെ തുറന്നു പറയുമ്പോൾ അതിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം പേറേണ്ടത് ആരാണ്? വകുപ്പു മന്ത്രിമാരുടേയും ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെയും സാന്നിദ്ധ്യവും മാധ്യമ ശ്രദ്ധയും പൂർണ്ണമായും ഇടുക്കിയിൽ മാത്രമായി ഒതുങ്ങിയിരുന്നു. തുറന്നപ്പോൾ എല്ലാ ഡാമുകളും കൂടെ ഒരുമിച്ചു തുറക്കുകയും ചെയ്തു.

ജലപ്രവാഹത്തിന് വേദിയാകേണ്ട പുഴകളും പുഴയോരങ്ങളും കൈയ്യേറ്റത്താലും വൻകിട നിർമ്മാണങ്ങളാലും തടസ്സപ്പെട്ടിരുന്നതിനാൽ വഴിമാറിയൊഴുകിയ പുഴകളും പ്രളയത്തിന്റെ തീഷ്ണത വർദ്ധിപ്പിച്ചു. എല്ലാം ചേർത്തു വായിക്കുമ്പോൾ ഇത് മനുഷ്യ നിർമ്മിതമായ ഒരു പ്രളയമായിരുന്നു എന്നു വിലയിരുത്തേണ്ടി വരുന്നു.

അനിയന്ത്രിതമായി തകർത്തു പെയ്ത മഴ ഒരു കാരണമായിരുന്നു എന്നതു മറക്കാനാവാത്ത വസ്തുത തന്നെയാണ്. എന്നാൽ ഇതെല്ലാം മുൻകൂട്ടി അറിയുവാനുള്ള സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ നിലവിലുണ്ടെന്നിരിക്കേ

രാത്രിയിൽ ഉറങ്ങിക്കിടന്നിരുന്നവർ ഞെട്ടിയെഴുന്നേറ്റ് ജീവനും കൊണ്ട് ഓടി രക്ഷപെടേണ്ടിവന്ന സാഹചര്യം എങ്ങനെയുണ്ടായി എന്ന് എല്ലാവരും ചിന്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഇനി പുനരധിവാസത്തിന്റെയോ പുനർനിർമ്മിതിയുടെയോ കാലമാണ്. ദുരിതാശ്വാസവും പുനർനിർമ്മിതിയും രണ്ടും രണ്ടാണ്. ഈ ഘട്ടത്തിൽ നമ്മുടെ ഭൂവിനിയോഗ നയം തിരുത്തപ്പെടേണ്ടതാണ്. കെട്ടിടനിർമ്മാണ ചട്ടങ്ങളിൽ പൊളിച്ചെഴുത്തുകൾ ആവശ്യമാണ്. വാസയോഗ്യമായ ഇടനാട്ടിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന അതേ കെട്ടിടനിർമ്മാണ സാമഗ്രികൾ തന്നെയാണ് മലനാട്ടിലും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. അതിലെ അപകട സാദ്ധ്യത ഇപ്പോൾ നാം കണ്ടു കഴിഞ്ഞു. ഓരോ പ്രദേശത്തിനും അനുയോജ്യമായ നിർമ്മാണ സാമഗ്രികൾ കണ്ടെത്തി ഉപയോഗിക്കപ്പെടണം.

മാധവ് ഗാഡ്ഗിൽ റിപ്പോർട്ടു വന്നപ്പോൾ അതു വികസനത്തിന് എതിരാണെന്നും മലയോര ജനങ്ങളെ കുടിയൊഴിപ്പിക്കുവാനാണെന്നും പലതരം ആക്ഷേപങ്ങളും എതിർപ്പുകളുമാണ് ഉയർന്നുവന്നത്. യാഥാർത്ഥ്യം മനസ്സിലാകുവാനും തിരിച്ചറിയുവാനും വൻ വിലകൊടുക്കേണ്ടി വന്നു. പുനർനിർമ്മാണ വേളയിൽ ഇതെല്ലാം പരിഗണിക്കപ്പെടണം.



പൊതു ജനങ്ങളുടെ പണം ശ്രദ്ധയോടെ ഉപയോഗിക്കണം

ജോർജ്ജ് ഓണക്കൂർ
എഴുത്തുകാരൻ, സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തകൻ

ആകാശ വാതിലുകൾ തുറന്ന് ജലം പ്രവഹിച്ച് ഭൂമിയെ മുക്കിക്കളഞ്ഞു എന്ന് നോഹയുടെ കാലത്തെ മഹാപ്രളയത്തെപ്പറ്റി ബൈബിളിൽ പറയുന്ന പ്രകാരം രാപകലില്ലാതെ പെയ്ത ശക്തമായ മഴയായിരുന്നു ഈ പ്രളയത്തിനു കാരണം എന്നു പറയുമ്പോൾ അത് പ്രകൃതി നമ്മുടെ മേൽ അടിച്ചേൽപ്പിച്ച ഒരു ദുരന്തമായിരുന്നു എന്നു പറയാം. എന്നാൽ അതേ സമയം രാഷ്ട്രീയ ചേരിതിരിവുകളില്ലാതെ നാം കാണേണ്ടതും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുമായ മറ്റു ചില കാരണങ്ങൾകൂടിയുണ്ട്. ഡാമുകൾ കൂടുതലുള്ള പ്രദേശങ്ങളിലാണ് പ്രളയം ശക്തമായത് എന്നു നമുക്കു കാണാൻ സാധിക്കും. അതിന്റെയർത്ഥം ഡാം മാനേജ്മെന്റിൽ വേണ്ടത്ര പരിശീലനം ലഭിച്ചിട്ടുള്ളവരല്ല ഇത് കൈകാര്യം ചെയ്തത് എന്നാണ്. അങ്ങനെ ചിന്തിക്കുമ്പോൾ ഇത് പ്രകൃതിയുടെ പ്രഹരം എന്നതുപോലെതന്നെ മനുഷ്യ നിർമ്മിതികൂടിയാണന്നു പറയേണ്ടി വരും. മഴ ശക്തമായി പെയ്തു തുടങ്ങിയപ്പോൾ ഈ ജലസംഭരണികളിൽ എന്തു ചെയ്യണം എന്ന കാര്യത്തിൽ ഒരു അന്ധാളിപ്പാണ് ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് ഉണ്ടായത്. ഡാം തുറന്നുവിട്ടാൽ അതിന്റെ താഴ്‌വാരങ്ങളിൽ കെട്ടിയുയർത്തപ്പെട്ടിട്ടുള്ള വൻ കെട്ടിട സമുച്ചയങ്ങളും റിസോർട്ടുകളും അപകടത്തിലാകും എന്നുള്ളതായിരുന്നു ആദ്യത്തെ ആശങ്ക. നമ്മുടെ പല നേതാക്കന്മാരുടെയും കെട്ടിടങ്ങളും അക്കൂട്ടത്തിലുണ്ടന്നതും ഒരു കാരണമായിരുന്നു. ഈ നിർമ്മിതികൾ കാരണം ജലത്തിന്റെ ഒഴുക്കു തടസ്സപ്പെടും എന്നതും ഒരു വസ്തുതയാണ്. അങ്ങനെ നീരൊഴുക്കു നിയന്ത്രണാതീതമാകും വരെ ഡാം തുറക്കാതിരിക്കുകയാണ് ചെയ്തത്. അതിനു കാരണമായി പറഞ്ഞത് ഈ ജലം സംഭരിച്ചു വച്ചാൽ ധാരാളം വൈദ്യുതി ഉൽപാദിപ്പിക്കാം എന്നതായിരുന്നു. എന്തുതന്നെയായാലും അവസാന നിമിഷം വരെ ഡാം തുറന്നു വിടാതെ എല്ലാ ഡാമുകളും ഒന്നിച്ചു തുറന്നു വിടേണ്ടി വന്നതിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം ഉദ്യോഗസ്ഥന്മാർക്കുണ്ട്. ഇത്തരം ഘട്ടത്തിൽ തീരുമാനമെടുക്കേണ്ട പല വകുപ്പുകളും നിശ്ചലമായിരുന്നു എന്നു പറയാം. ഒടുവിൽ ഒന്നിച്ചു തുറന്നുവിട്ട ജലത്തിനു പ്രവഹിക്കുവാൻ വേണ്ടത്ര വഴികളില്ലായിരുന്നു. നമ്മുടെ പുഴകളൊക്കെ നേരത്തെ മരിച്ചു കഴിഞ്ഞതാണല്ലോ. അപ്പോൾ ജലം ഒഴുകിയത് പുഴകളിലൂടെയല്ല. അത് സ്വയം വഴികൾ കണ്ടെത്തി. ഇതിനിടെ ഉരുൾപൊട്ടലുകളുണ്ടായി. അങ്ങനെ വാട്ടർ മാനേജ്മെന്റ് മൊത്തത്തിൽ പ്രതിസന്ധിയിലായി. ഇതൊരു കുറ്റമല്ല പക്ഷേ തെറ്റാണ്.

ഇതിനിടെ, വെള്ളപ്പൊക്കമൊക്കെയുണ്ടായാൽ കുറെപ്പേരൊക്കെ മരിക്കും കുറെപ്പേരൊക്കെ ജീവിക്കും ഇതൊക്കെ സ്വാഭാവികമല്ലേ എന്ന തരത്തിൽ ജനകീയ നേതാക്കന്മാരിൽ നിന്നുമുണ്ടായ പ്രതികരണങ്ങളും ജനങ്ങളെ കുറെയേറെ വേദനിപ്പിച്ചു.

പുഴയോരങ്ങളിലെ അശാസ്ത്രീയമായ നിർമ്മാണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കപ്പെടാതെ പോയതും എടുത്തു പറയേണ്ട കാര്യമാണ്. ഇത് ഏതെങ്കിലും ഒരു സർക്കാരിനെ കുറ്റപ്പെടുത്താവുന്ന കാര്യമല്ല. എല്ലാ സർക്കാരുകളുടെ കാലത്തും ഇത് ആവർത്തിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതാണ്. ഇത്തരം നിർമ്മാണം നടത്തുന്നവരോ അനുമതി കൊടുക്കുന്നവരോ ഇങ്ങനെയൊരു ദുരന്തത്തെപ്പറ്റി ചിന്തിച്ചിട്ടില്ല. ഇതിനെതിരെ ശബ്ദമുയർത്തിയ പരിസ്ഥിതി വാദികളെ വികസന വിരോധികൾ എന്നു മുദ്രകുത്തി നിശബ്ദരാക്കുവാൻ ശ്രമിക്കുകയായിരുന്നു. ഗാഡ്ഗിൽ റിപ്പോർട്ടിനെ പിന്തുണച്ച പി.റ്റി.തോമസ്സിന്റെ അനുഭവം എടുത്തു പറയാവുന്നതാണ്. സഭാ പുരോഹിതന്മാർ തിരുവസ്ത്രമണിഞ്ഞ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ പ്രതീകാത്മക ശവസംസ്കാരം നടത്തി അവഹേളിച്ചതും കേരളം മുഴുവൻ കണ്ടതാണ്. സത്യം തിരിച്ചറിഞ്ഞതിന്റേയും വിളിച്ചു പറഞ്ഞതിന്റേയും ശിക്ഷ. നമ്മുടെ സമീപനം ഇതാണ്. വേട്ടക്കാരന്റെ കൂടെ നിൽക്കുമ്പോൾ ഇരകളെ തിരിച്ചറിയാതെ പോകുന്ന അനുഭവം. ഇരകൾ സാധാരണ ജനങ്ങളായിരുന്നു. ജീവനും ജീവിതസമ്പാദ്യങ്ങളും നഷ്ടപ്പെട്ട സാധാരണക്കാരായ ജനങ്ങൾ. ഇതിന് പ്രകൃതി നൽകിയ ശിക്ഷയായിത്തന്നെ ഇതിനെ കാണണം. കുറ്റവാളികളോടൊപ്പം നിരപരാധികളും പങ്കുവെയ്ക്കേണ്ടി വന്ന വലിയ ശിക്ഷ.

പുനർ നിർമ്മാണത്തേപ്പറ്റി പറയുമ്പോൾ വിദേശ സഹായം സ്വീകരിക്കേണ്ട എന്ന് പല കോണുകളിൽ നിന്നും കേട്ടത് നിർഭാഗ്യകരമാണ്. എന്നോ

ഉണ്ടാക്കിയ ഒരു നിയമത്തിന്റെ പേരിൽ സഹായം നിഷേധിക്കേണ്ടതില്ല. നിയമങ്ങൾ സാഹചര്യത്തിനനുസരിച്ച് പൊളിച്ചെഴുതാവുന്നവയാണ്. ഒന്നര നൂറ്റാണ്ടു പഴക്കമുള്ള പല നിയമങ്ങളും ഈ അടുത്ത ദിവസങ്ങളിൽ സുപ്രീംകോടതി വരെ മാറ്റിയെഴുതിയില്ലേ. വിദേശത്തുനിന്നും ധനമായി സഹായം സ്വീകരിച്ചില്ലെങ്കിലും സാധനങ്ങളായി ധാരാളം നമുക്കു ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതിന്റെ വിതരണത്തിലുണ്ടായ പാളിച്ചകൾ വേദനിപ്പിക്കുന്നതാണ്.

എല്ലാ പുനർ നിർമ്മാണങ്ങളും സർക്കാർ നേരിട്ടു ചെയ്യണം എന്നല്ലാതെ കുറെയൊക്കെ പ്രാദേശിക തലത്തിലും തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ വഴിയും നടത്താൻ സാധിക്കില്ലേ എന്നും ചിന്തിക്കണം. സഹായങ്ങൾ ചെയ്യുന്നവർ പബ്ലിസിറ്റി മാത്രം ലക്ഷ്യമാക്കാതെ മനുഷ്യ സ്നേഹം മുന്നിൽ കണ്ട് ചെയ്യുന്നതും നന്നായിരിക്കും. ആർഭാടങ്ങൾ കുറയ്ക്കുവാനുള്ള ശ്രമവും ഉണ്ടാകണം. വാക്കുകളിലല്ല അതു പ്രവർത്തിയിലുണ്ടാകണം. പൊതു ജനങ്ങളുടെ പണം ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങളിൽ വേണ്ടത്ര ശ്രദ്ധയുണ്ടോ എന്നും പരിശോധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.



സിവിക് പ്ലാനിംഗ് ഉണ്ടാകണം

ആനന്ദ് നീലകണ്ഠൻ
എഴുത്തുകാരൻ

ഈ പ്രളയം മനുഷ്യനിർമ്മിതമാണോ എന്നു ചോദിച്ചാൽ ഏതെങ്കിലും ഒരു സർക്കാരിനെ പ്രതിക്കൂട്ടിലാക്കുന്ന തരത്തിൽ മനുഷ്യനിർമ്മിതം എന്നു പറയുന്നതിൽ കഴമ്പില്ല. കുറെയധികം വർഷങ്ങളിലെ മനുഷ്യന്റെ പ്രകൃതിയോടുള്ള ക്രൂരതയുടേയും ചൂഷണത്തിന്റേയും ഫലമാണ് ഈ പ്രളയം. ക്രമാതീതമായി മഴപെയ്തു എന്നതൊരു വസ്തുതയാണ്. ഡാം തുറക്കാൻ വൈകിപ്പിച്ചതാണ് കാരണം എന്നു പറയുന്നതു പൂർണ്ണമായും ശരിയല്ല. മഴയ്ക്കും പുഴയ്ക്കും ഒഴുകേണ്ട വഴിയിലെല്ലാം ഭീമാകാര സൗധങ്ങൾ പണിതവർക്കും അതിന് അനുമതി നൽകിയവർക്കും ഇതിൽ കാര്യമായ പങ്കുണ്ട്. 1924ൽ വെള്ളപ്പൊക്കമുണ്ടായത് ഇവിടെ ഇത്രയധികം ഡാമുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നതുകൊണ്ടല്ലല്ലോ. ഏതൊരു നിർമ്മിതിക്കും പ്രത്യേകിച്ച് പുഴയോര പ്രദേശങ്ങളിൽ അനുമതി കൊടുക്കുമ്പോൾ നൂറുവർഷത്തെ പ്രളയബാധിത നിർണ്ണയ രേഖകൾ (Flood line records) നോക്കണമെന്നുണ്ട്. ഇവിടെ പുഴയോര മേഖലയിൽ ഏറ്റവും ആകർഷകമായ പ്ലോട്ടുകൾ എന്ന നിലയിൽ പൊന്നും വിലയ്ക്ക് വ്യാപാരം നടക്കുകയാണുണ്ടായത്. പുഴ അതിന്റെ സ്വാഭാവിക വഴിയിലൂടെ ഒഴുകിയെത്തിയപ്പോൾ കണ്ടെത്തിയ തടസ്സങ്ങളെയെല്ലാം തകർത്തു മുന്നേറുകയല്ലാതെ മറ്റുവഴികളില്ലല്ലോ. അപ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും പുഴയോര പ്രദേശങ്ങളെ (പ്രകൃതി നിയമങ്ങളെ) അതിക്രമിച്ചു കടന്നവർ ഇരകളായി. ഇത് പ്രകൃതിയുടെ സ്വാഭാവികമായ പ്രതികരണമാണ്. കെട്ടിടങ്ങൾ പണിതതു മാത്രമാണ് പ്രധാന പ്രശ്നമെന്നും ഇതിനർത്ഥമില്ല. വന നശീകരണവും ഇതിനൊരു കാരണമാണ്. ഉരുൾപൊട്ടലും മണ്ണൊലിപ്പും തടയുന്നതിന് പ്രകൃതിയുടെ സ്വതസിദ്ധമായ പ്രതിരോധ ശക്തിയാണ് വനം. അത് പല മേഖലകളിലും വലിയതോതിൽ നശിപ്പിക്കപ്പെട്ടു. തോട്ടങ്ങളുടെ അതിപ്രസരവും ഒരു ഘടകമാണ്. തോട്ടങ്ങൾ ഏകവിളകളുടേതാകുമ്പോൾ വനത്തിന്റെ സ്വാഭാവിക ഗുണങ്ങളാൽ ലഭിക്കേണ്ട സംരക്ഷണം മണ്ണിനു ലഭിക്കാതെ പോകുന്നു. ഇതും ദുരന്തത്തിന്റെ വ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന ഘടകമാണ്.

ഇപ്പോൾ നമ്മൾ പ്രളയത്തെപ്പറ്റി മാത്രം സംസാരിക്കുമ്പോൾ അതിനുശേഷം വരുന്ന കൊടും വേനലിനെയും മറക്കാൻ പാടില്ല. ശക്തമായി കുത്തിയൊഴുകിപ്പായുന്ന ജലം ഭൂമിയിൽ താഴുന്നില്ല. ജലത്തെ സംഭരിച്ചു നിർത്തുവാനുള്ള പുഴകളുടെ ശേഷി തന്നെ നശിപ്പിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഒരു തുള്ളി ജലംപോലും ഭൂമിയിൽ താഴാതെവണ്ണം മുറ്റങ്ങളും റോഡുകളും കോൺക്രീറ്റും ടൈലുകളും കൈയ്യടക്കി. വീടിനു മുകളിൽ ട്രസ്സ്‌വർക്കിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന ലോഹഷീറ്റുകൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന ചൂടിന്റെ റേഡിയേഷൻ എത്രയെന്ന് ആരും ചിന്തിക്കുന്നതേയില്ല. കോടിക്കണക്കിനു രൂപ മുടക്കി പണിയുന്ന വീടിനുമുകളിലും ലോഹഷീറ്റുകൾ സ്ഥാനം പിടിക്കുന്നു. മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലെല്ലാം റോഡുകൾക്കിരുവശവും മരങ്ങൾ നിരനിരയായി തണൽ വിരിച്ചു നിൽക്കുന്നതു കാണാം. കേരളത്തിൽ റോഡുകളും ഹീറ്റിംഗ് കോയിൽപോലെ പ്രവർത്തിക്കുകയാണ്. തണൽ ലഭിക്കാതെ കൊടും വെയിലിൽ തിളച്ചു മറിയുന്ന വായുവിനെയാണ് ഇത് പുറത്തേക്കു വിടുന്നത്. അന്തരീക്ഷ ഊഷ്മാവ് ഇത്രയധികം വർദ്ധിക്കുവാൻ ഇങ്ങനെ പല കാരണങ്ങളുമുണ്ട്. ഇതിനെല്ലാം കാരണം ദീർഘവീക്ഷണത്തോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ട സിറ്റി പ്ലാനുകൾ നമുക്കില്ല എന്നതോ ഉണ്ടെങ്കിൽ തന്നെ അതു നേരാംവണ്ണം പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നില്ല എന്നതോ ആണ്.

കേരള പുനർനിർമ്മാണത്തേപ്പറ്റി പറയുകയാണെങ്കിൽ ഒരു സിവിക് പ്ലാനിംഗ് ആദ്യമേ ഉണ്ടാകണം. ദുരന്ത മേഖലകളിൽ വീണ്ടും അതുപോലെ തന്നെ കെട്ടിടങ്ങൾ പണിത് പുനരധിവസിപ്പിക്കലല്ല പുനർനിർമ്മാണം. കേരളത്തിൽ മനുഷ്യനു വാസയോഗ്യമായ സ്ഥലം ഇടനാടാണ്. അവിടെ ഫ്ളാറ്റ് സമുച്ചയങ്ങൾ പണിയാം. കൂടുതൽ കുടുംബങ്ങൾക്ക് ഫ്ളാറ്റുകളിൽ പാർക്കാനാകുമ്പോൾ കൂടുതൽ സ്ഥലം പ്രകൃതിക്കനുയോജ്യമായ ഫ്രീ സ്പെയ്സ് ആക്കിയിടുവാൻ സാധിക്കും. ഇതിന് 'സോൺ കൺസപ്റ്റ്' ഒരുക്കണം. മനുഷ്യന് ഒരിടം. അതുപോലെ മറ്റു ജീവജാലങ്ങൾക്കും സസ്യജാലങ്ങൾക്കും കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കണം. മുൻകാലങ്ങളിൽ നമ്മുടെ ഗ്രാമങ്ങളിലുണ്ടായിരുന്ന കാവു സംരക്ഷണം അതിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു. അന്ധവിശ്വാസം എന്ന പേരു പറഞ്ഞ് നാം അവയെ നശിപ്പിച്ചു. യഥാർത്ഥത്തിൽ കാവുകൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി പറഞ്ഞുവച്ച വിശ്വാസങ്ങളായിരുന്നു അവ. ഇനി നമുക്ക് ഓർമ്മക്കാടുകളെന്നോ, കുടുംബ വനങ്ങളെന്നോ ഏതു പേരിട്ടു വേണമെങ്കിലും ഗ്രാമവനങ്ങൾ ഒരുക്കിയെടുക്കണം – പരിഷ്കൃത വനങ്ങൾ. എല്ലാ ജീവജാലങ്ങളുടേയും ആവാസ വ്യവസ്ഥയുമാണത്.

ഒരു ഗാർഡൻ നിർമ്മിക്കാൻ ആവശ്യമുള്ള യാതൊന്നും വനമുണ്ടാക്കാൻ വേണ്ടിവരില്ല. കുറെ തൈകൾ നട്ട് സ്ഥലം കുറെ വർഷങ്ങൾ വെറതേ വിട്ടാൽ തന്നെ സ്വാഭാവിക വനം വളരുന്ന നാടാണ് കേരളം. മലയോരപ്രദേശവാസികൾക്ക് തൃപ്തികരമായ നഷ്ടപരിഹാരം നൽകി ഇടനാടിലേക്കുമാറ്റി പാർപ്പിച്ചാൽ സ്വാഭാവിക വനനിർമ്മിതി എളുപ്പമാകും. ഇവിടെയുണ്ടായിരുന്ന വനം നശിപ്പിച്ചവർക്ക് ഇത്തരം ഒരു ദുരന്തത്തെപ്പറ്റി ചിന്തിക്കാനേ സാധിച്ചിരുന്നില്ല. ഈ അനുഭവം ഒരു പാഠമാകണം. എടുത്തുചാട്ടങ്ങൾ ഒഴിവാക്കി ചിന്തിക്കാൻ ശ്രമിക്കുക. ചിന്തിക്കുന്നവരെ സഹകരിപ്പിക്കുക എന്നിവതന്നെയാണ് നല്ല ഒരു തുടക്കത്തിന് സഹായകരമാകുക.



പ്രകൃതിയുടെ കടങ്ങൾ വീട്ടണം

സന്തോഷ് കീഴാറ്റൂർ
സിനിമാ നടൻ

മഴ, പുഴ, കാറ്റ്, ചൂട്, തണുപ്പ് ഇവയെല്ലാം തന്നെ പ്രകൃതി സ്വയം ഒരുക്കിയിട്ടുള്ളതാണ്. ഇതെല്ലാം അതാത് സമയത്ത് സ്വീകരിക്കാനും പുറംതള്ളാനുമെല്ലാമുള്ള കഴിവുകളും പ്രകൃതിക്കുണ്ട്. മഴ ശക്തമായാൽ അതിന് ഒഴുകി പോകാനുള്ള പുഴകൾ ഡിസൈൻ ചെയ്തതും സൃഷ്ടിച്ചതും പ്രകൃതി എന്ന എൻജിനീയർ തന്നെയാണ്. അതിനെ തടസ്സപ്പെടുത്താനും ചൂഷണം ചെയ്യാനും മനുഷ്യൻ വളരെയധികമായി ഇടപെട്ടു എന്നതാണ് പ്രധാനപ്രശ്നം. പ്രകൃതിയെ അതിക്രൂരമായി ഉപദ്രവിച്ചതിന്റെ പ്രതികരണമാണ് ഇപ്പോൾ നാം നേരിട്ട ദുരന്തം.

മനുഷ്യൻ കൈയ്യടക്കിയ പുഴകളേയും പുഴയോരങ്ങളേയും പ്രകൃതി തിരികെ പിടിക്കുകയാണ്. നാം പ്രകൃതിയിൽ നിന്നും പടിച്ചുപറിച്ചതെല്ലാം തിരികെ കൊടുത്തേ പറ്റൂ. ഇല്ലെങ്കിൽ അതെങ്ങനെ തിരികെ വാങ്ങണമെന്ന് ആരും പ്രകൃതിയെ പഠിപ്പിക്കേണ്ടതില്ല. ഇനിയൊരു പുനർനിർമ്മാണത്തിന് ഒരുങ്ങുമ്പോൾ നാം ആദ്യം മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് പ്രകൃതിയോടു ചില കടങ്ങൾ വീട്ടാനുണ്ട് എന്നതാണ്.

ഇപ്പോഴുണ്ടായ ഈ പ്രശ്നം കേരളത്തിന്റേതു മാത്രമാണന്നും കരുതേണ്ട. ആഗോള അടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രകൃതി ചൂഷണം ചെയ്യപ്പെടുന്നതിന്റെ ഫലമായി അവിടെയുണ്ടാകുന്ന പ്രതികരണങ്ങളിലൊന്നു മാത്രമാണ് കേരളം കണ്ടത്. പക്ഷേ നമുക്കു കിട്ടിയ സൂചനകളും മുന്നറിയിപ്പുകളും പ്രയോജനപ്പെടുത്താനായില്ല എന്നിടത്താണ് നാം പരാജയപ്പെട്ടത്. പല മുന്നറിയിപ്പുകളും നൽകുമ്പോഴും നാം വീണ്ടും വീണ്ടും പ്രകൃതിയെ മുറിവേൽപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. കൂടുതൽ കൂടുതൽ ധനാർജ്ജനത്തിനുള്ള മനുഷ്യന്റെ വ്യഗ്രത തന്നെയാണ് ഇതിലെ അടിസ്ഥാന പ്രശ്നം.

മാധവ് ഗാഡ്ഗിലും കസ്തൂരി രംഗനും റിപ്പോർട്ടുകളിലൂടെ നൽകിയ മുന്നറിയിപ്പുകളേയും നാം തള്ളിക്കളഞ്ഞു. നമ്മുടെ കെട്ടിടങ്ങളും റോഡുകളും മറ്റു നിർമ്മിതികളും എല്ലാം പഠനവിധേയമാക്കണം. ഇവയെല്ലാം എത്രമാത്രം പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദമാണന്ന് ചിന്തിക്കുകയും തിരിച്ചറിയുകയും വേണം. ഇത്ര വലിയ ബഹുനില മന്ദിരങ്ങൾ കൊച്ചിപോലുള്ള നഗരങ്ങൾക്ക് താങ്ങാനാകുന്നതാണോ എന്ന് പഠിക്കണം. ഇനിയും അവിടെ ഇത്തരം കെട്ടിടനിർമ്മാണങ്ങൾ തുടരാനാകുമോ? ഇത് അധികാരികൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യമാണ്. ഇവയെല്ലാം പ്രകൃതിയിൽ നാം അടിച്ചേൽപ്പിക്കുന്ന കൊളസ്ട്രോളാണന്നു പറയാം. കൊളസ്ട്രോൾ അധികമായാൽ ഒരു ഹാർട്ടറ്റാക്ക് പ്രതീക്ഷിക്കാമല്ലോ.

വിദേശ സഹായം സ്വീകരിക്കുന്നതിനേപ്പറ്റി ചോദിച്ചാൽ അതു ഭരിക്കുന്നവർ തീരുമാനിക്കട്ടെ. ഇതിനെ രാഷ്ട്രീയ നിലപാടുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നാം എടുക്കേണ്ടതില്ല. ഇത് കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളുടെ ജീവിതത്തിന്റെ പ്രശ്നമാണ് ഭരിക്കുന്നതാരുമാകട്ടെ കേരളത്തിന്റെ പുനർനിർമ്മാണത്തിന് രാഷ്ട്രീയ, ജാതി മത ചിന്തകൾക്കതീതമായി എല്ലാവരും മുന്നോട്ടു വരണം. അതിന് ആരുടെ കൈയിൽ നിന്നും സഹായം സ്വീകരിക്കണം. അതിന് എന്തെങ്കിലും നിയമ തടസ്സമുണ്ടെങ്കിൽ സ്വദേശത്തും വിദേശത്തുമായി ജോലിചെയ്യുന്ന മലയാളികൾ മാത്രം വിചാരിച്ചാലും നമുക്ക് ഈ പുനർനിർമ്മാണം നടത്താനാകും. ലോകത്തെ അതിസമ്പന്നന്മാരിൽ എത്ര മലയാളികളുണ്ട്!



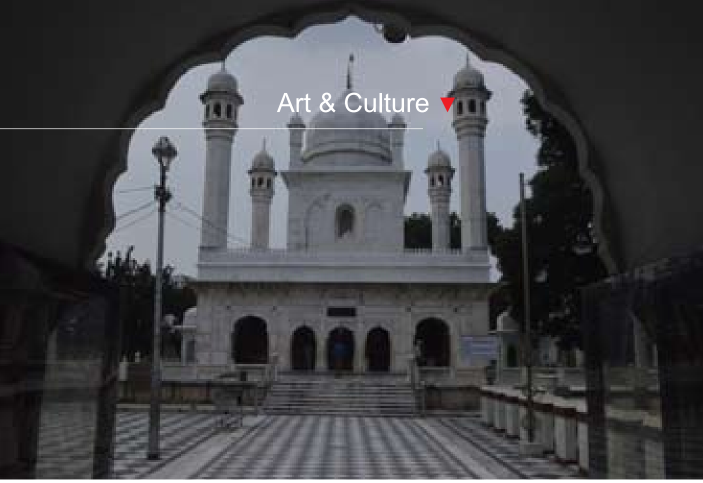
സമഗ്രമായ കേരളവികസന പദ്ധതി വേണം

അഡ്വ. റോയ് മാത്യു
സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തകൻ, കർഷകൻ

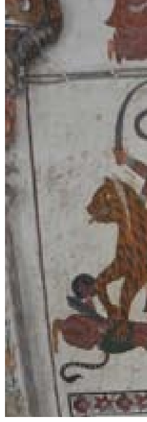
1924ൽ ഇവിടെ ഒരു മഹാപ്രളയമുണ്ടായത് അന്ന് കേരളത്തിൽ ഇത്രയധികം ഡാമുകളൊന്നും ഉണ്ടായിരുന്നതു കൊണ്ടല്ല. അന്ന് വെള്ളമൊഴുകിയ അതേ സ്ഥലങ്ങളിൽ തന്നെയാണ് ഇത്തവണയും ജലപ്രവാഹമുണ്ടായത്. ഡാമുകൾ നിറയെ വെള്ളം സംഭരിച്ചാൽ അത് കൂടുതൽ വൈദ്യുതി ഉൽപാദനത്തിന് പ്രയോജനപ്പെടുത്താം എന്നു ചിന്തിച്ചത് ഒരു തെറ്റുമല്ല. ഡാമിലെ വെള്ളം തുറന്നു വിടുകയും പ്രതീക്ഷിച്ച മഴ കിട്ടാതെ പോകുകയുംചെയ്തിരുന്നെങ്കിൽ ഇന്നുകുറ്റം പറയുന്നവരെല്ലാം അതിന്റെ പേരിൽ കുറ്റം പറയുമായിരുന്നു. അതുകൊണ്ട് ഇതൊരു മനുഷ്യ നിർമ്മിത പ്രളയമാണന്ന അഭിപ്രായം എനിക്കില്ല. എന്നാൽ ഉണ്ടായ ഒരപാകത എന്നു പറയുന്നത് യഥാസമയം വേണ്ടത്ര മുന്നറിയിപ്പോടു കൂടിയോ മുൻകരുതലുകളോടെയോ ഇത് കൈകാര്യം ചെയ്യാനായില്ല എന്നതാണ്. അങ്ങനെയൊരു മുന്നറിയിപ്പോടുകൂടി ഈ പ്രളയത്തെ നേരിട്ടിരുന്നുവെങ്കിൽ ഇത്രയധികം നാശനഷ്ടങ്ങളുണ്ടാക്കാതെ നോക്കാമായിരുന്നു. ഇതിനൊന്നും ആരേയും ഈ സാഹചര്യത്തിൽ കുറ്റപ്പെടുത്തിയിട്ടു കാര്യമുണ്ടെന്നു തോന്നുന്നില്ല.

പുനർനിർമ്മാണം എന്നൊക്കെ പറയുവാനും മാത്രം കേരളം അങ്ങനെ തകർന്നു പോയിട്ടൊന്നുമില്ല. വ്യക്തിഗതമായി പതിനായിരമോ ഇരുപത്തിഅയ്യായിരമോ കൊടുക്കുന്നത് ഒരു ചെറിയ ആശ്വാസം എന്നല്ലാതെ പൊതുവിൽ കാര്യമായ ഗുണമൊന്നും ഉണ്ടാകുന്നില്ല. മറിച്ച് ഇതൊരു വലിയ അവസരമായി കണക്കാക്കി നല്ല രീതിയിലുള്ള പദ്ധതികൾ ആവിഷ്ക്കരിക്കാനും നടപ്പിലാക്കാനും ശ്രമിക്കണം. സമഗ്രമായ ഒരു കേരളവികസന പദ്ധതിയാണ് വിഭാവനം ചെയ്യേണ്ടത്. ഇതിനായി സ്വരൂപിക്കുന്ന ഫണ്ട് ഈ പുനർനിർമ്മാണത്തിനു തന്നെ വിനിയോഗിക്കുകയും വേണം. ആരുടെയെങ്കിലും സഹായം സ്വീകരിക്കുകയാണെങ്കിലും അതു വ്യക്തമായ ഒരു പദ്ധതിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലായിരിക്കണം. ഓഖി ദുരിതാശ്വാസ ഫണ്ടിനും സുനാമി ദുരിതാശ്വാസ ഫണ്ടിനും ഉണ്ടായ അവസ്ഥ നാം കണ്ടതാണ്. അർഹരായ പലരും അതിന്റെ ഗുണഭോക്താക്കളായില്ല. അത്തരത്തിലൊരു അനുഭവം ഇനിയുണ്ടാകരുത്. ഇനിയൊരു ദുരന്തമുണ്ടാകാതെ നോക്കുക എന്നതു തന്നെയാണ് ഏറ്റവും പ്രധാനം.

(കൂടുതൽ പ്രതികരണങ്ങൾ അടുത്ത ലക്കത്തിൽ)















നാമാവശേഷമാകുന്ന ചുവർ ചിത്രങ്ങൾ

ചിത്രരചനാരംഗത്ത് അതിവിശിഷ്ടമായ ഒരു പാരമ്പര്യം ഭാരതത്തിനുണ്ട്. രാജ്യത്തങ്ങളോമിങ്ങോളമുള്ള വിവിധസ്ഥലങ്ങളിൽ ചരിത്ര പ്രസിദ്ധവും ഗവേഷണ പ്രാധാന്യമുള്ളതുമായ ചിത്രസമുച്ചയങ്ങൾ നമുക്കു കണ്ടെത്താനാകും. ഡറാഡൂണിലെ ദർബാർ സാഹിബിലെ ചുവർ ചിത്രങ്ങളേപ്പറ്റി.

സിക്ക് ഗുരുവായ റാംറായിജിയുടെ സമാധി സ്ഥലമാണ് ഡെറാഡൂൺ നഗര മദ്ധ്യത്തിലുള്ള ദർബാർ സാഹിബ്

7-ാമത്തെ സിക്ക് ഗുരുവായ ഗുരു ഹർറായിയുടെ പുത്രനും 8-ാമത്തെ ഗുരുവായ ഗുരു ഹർക്രിഷൻജിയുടെ സഹോദരനുമാണ് ഗുരു റാം റായിജി. 1646ൽ പഞ്ചാബിലെ കിർത്താപ്പൂരിലാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ജനനം.

ചക്രവർത്തി ഔറംഗസീബ് ഗുരുറാം റായിജിക്ക് ആസ്ഥാനം ഉറപ്പിക്കാൻ ഏതാനും ഗ്രാമങ്ങൾ എഴുതികൊടുത്തു. ഡൂൺ താഴ്വരയിലുള്ള ആ സ്ഥലമാണ് പിന്നീട് ഡെറാഡൂൺ എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. തന്റേതായ ഒരു ചെറു സാമ്രാജ്യം സ്ഥാപിച്ച് ഗുരു റാം റായി ജി 1733ൽ അവിടെ ഒരു ഗുരുദ്വാര സ്ഥാപിച്ചു.

സ്വന്തം സഹോദരനായ ഗുരു ശ്രീ ഹർക്രിഷൻ ജി ശപിച്ചതുപോലെ തന്നെ റാം റായി ജി തന്റെ തന്നെ അനുയായികളാൽ ജീവനോടെ 1744 ൽ ദഹിക്കപ്പെടുകയും അദ്ദേഹം സ്ഥാപിച്ച ഗുരുദ്വാരക്ക് സമീപം സമാധി കൊള്ളുകയും ചെയ്യുന്നു. ഗുരു റാം റായിജിയുടെ നാല് ഭാര്യമാരുടെ സമാധികളും ചുറ്റും കാണാം.

ഗുരു റാംറായിജിയുടെ സമാധിക്കു ശേഷം മനോഹരമായ ഒരു സൗധം മിനാരങ്ങളും മകുടത്തോടും അതിസുന്ദരമായ ചുവർചിത്രങ്ങളോടും കൂടി ശ്രീ ദർബാർ സാഹിബ് ഉയർന്നു. ചുവർ ചിത്രങ്ങൾ അധികവും മുഗൾ, കാങ്ഗ്രാ, ഗുളർ, രാജസ്ഥാനി എന്നീ ശൈലികളിലാണ്. പല ചരിത്ര സംഭവങ്ങളും ചരിത്ര പുരുഷന്മാരെയും, പുരാണം, പുരാണ കഥാപാത്രങ്ങൾ തുടങ്ങി പുഷ്പങ്ങൾ, വന്യമൃഗങ്ങൾ, പുലികൾ

അങ്ങനെ വിവിധ തരം ദൃശ്യങ്ങൾ തികച്ചും പ്രകൃതിദത്തമായ നിറക്കൂട്ടുകൾകൊണ്ട് നിർമ്മിച്ച ഈ ചുവർ ചിത്രങ്ങളിൽ കാണാവുന്നതാണ്.

ചുവർചിത്രങ്ങൾക്കു മുകളിൽ മാർബിളിലും കൊത്തുപണികൾ കാണാവുന്നതാണ്. ദർബാർ സാഹിബിലെ ചിത്രങ്ങളിൽ ഹിന്ദി, പഞ്ചാബി, ഉർദു ഏതാനും ചിത്രങ്ങളിൽ ഇംഗ്ലീഷ് എന്നീ ഭാഷകളിൽ എഴുതിയ പേരും കാണാം.

അതുല്യമായ ഈ ചിത്രങ്ങൾ മറ്റെങ്ങും കാണാത്ത ഒരു രീതിയിലാണ് വരച്ചിരിക്കുന്നതെന്ന് വിദഗ്ദ്ധർ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു. എന്നാൽ മറ്റെങ്ങും കാണുന്നതു പോലെ കുമ്മായം പൂശിയതിനുശേഷമാണ് ചിത്രരചന നടത്തിയിരിക്കുന്നത്. യൂറോപ്യൻ ചിത്രരചനാ രീതിയാണ് ഏറ്റവും മികച്ചതെന്ന് നമ്മുടെ ഭാരതീയരുടെ ഇടയിൽ തെറ്റായ ഒരു ധാരണ ഉണ്ടായിരുന്നു. ചിത്രകലയിലെ ശരീരഘടനാ ശാസ്ത്രത്തോട് നമ്മൾ യൂറോപ്യൻ ശൈലിക്കൊപ്പം അല്ലെങ്കിൽപ്പോലും ദർബാർ സാഹിബിലെ ചുവർ ചിത്രങ്ങൾക്കും ഭാരതത്തിലെ മറ്റ് ശൈലികൾക്കും അതിന്റേതായ മഹത്വവും സൗന്ദര്യവുമുണ്ട്. ഒരു പക്ഷേ കൂടുതൽ ആനന്ദവും അർത്ഥങ്ങളും ഇവക്ക് നൽകാൻ കഴിയും.

കാലാവസ്ഥയിലെ വ്യതിയാനങ്ങളും അന്തരീക്ഷ മലനീകരണം, ഭക്ത ജനങ്ങളുടെ അശ്രദ്ധ എന്നീ കാരണങ്ങളാൽ നമ്മുടെ പൈതൃകം നമ്മളാൽ നശിക്കപ്പെടുന്നു എന്നതിന്റെ ഉത്തമ ഉദാഹരണമാണ് ദർബാർ സാഹിബിലെ ചുവർ ചിത്രങ്ങൾ. ●

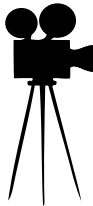
ജഗന്നാഥൻ

Ad Film Shoot ▼





CREW



Client : Seematti.
Director : Shivakumar Raghavan Pillai
D O P : Mahesh Raj.
Music : Alphons Joseph
Agency : Central Advertising.
Edit : Pinto Varkey.
Colourist : Aby Benny- TAD Studios.
Cre - Co : Rajagopal V Krishnan.
Creative Team : GBC Menon, Abbas P.K, Biju C.P, Whinny Linus.
Art : Saji
C.G : Riju Radhakrishnan

Make Up & Hair : Jo Koratti.
Stylist : Saranya Jeebu.
Voice : Angel, Deepthi.
Sound Recording : Eby - Soundsgood. Shefin,Soundman Studio.
Stills : Dinesh Madhavan.
Choreography:Sreedevi Varma.
Model Coordination : Aneesh-Impulse,Rakenth Pai-Castmeperfect.
Appearances:Disha Pandey, Lopa Mudra Lahiri, Sreelakshmi Iyer, Sumin Rose, Jaquilin, Sithara, Cris, Agna, Salam.
Special Thanks :Team Novotel, Team Seematti, Prince, Sushanth, Motherland, Subin, Shanil, Abeesh.T.A,TravelMate.

സ്വരൂപം

ജോഷി ജോർജ്

പാവം പാവം അനിമ്പാനിക്കുട്ടൻ

അമ്പലപ്പരിസരത്ത് അപ്പം വിറ്റുനടന്ന ഗുജറാത്തുകാരൻ ധിരുബായി അംബാനിയെന്ന ചെക്കന് ഒരുനാൾ ഒരുൾ വിളിയുണ്ടായി. ഉടനെ യെമനിലേക്ക് വച്ചുപിടിച്ചു. അവിടെ ഒരു പെട്രോൾ സ്റ്റേഷൻ അറ്റൻഡറായിക്കൂടി. അടിതടകൾ പലതും പഠിച്ച് തിരിച്ച് നാട്ടിലെത്തിയ ധിരുബായി അംബാനി പിന്നീട് റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് സ്ഥാപിച്ചതോടെയാണ് വെച്ചടി കുതിച്ചുകയറിയത്. ധിരുബായ് അംബാനി മരിച്ചതിനു ശേഷവും മക്കൾ മുകേഷ് അംബാനിയും അനിൽ അംബാനിയും ചേർന്ന് കുറച്ചു കാലം റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് ഒരുമിച്ചു തന്നെ നയിച്ചു. എന്നാൽ 2005 ജൂണിൽ ഇരുവരും അടിവെച്ച് വഴി പിരിഞ്ഞു.

ചേട്ടൻ അംബാനിക്ക് വച്ചടി വച്ചടി കയറ്റം. അതിനായി അനിയനു കൊടുത്തത് എട്ടിന്റെ പണി. കടഭാരത്തിൽ അമർന്ന അനിൽ അംബാനി ഗ്രൂപ്പിന് ഓഹരിവിപണിയിൽ വൻ തകർച്ചയെന്നും കടത്തിന്റെയും പലിശയുടെയും ഗഡു മുടങ്ങിയെന്നുമൊക്കെയാണ് വാർത്തകൾ.

ഒരു പാവം ബിസിനസ്സുകാരന്റെ തകർച്ച കണ്ട് മനസ്സലിഞ്ഞ നമ്മുടെ ഭരണാധികാരികൾ അനിലിനെ സഹായിക്കാൻ വേണ്ടി യുദ്ധവിമാനമുണ്ടാക്കുന്ന റഫാലിൽ പങ്കാളിയാക്കിയെന്ന് പാണന്മാർ പാടി നടക്കുന്നുവത്രെ !

ഒരു വ്യവസായിക്കുവേണ്ടി സർക്കാർ റഫാൽ കരാറിൽ മാറ്റം വരുത്തിയെന്ന് രാഹുൽ ഗാന്ധി ഒരു കുഴിബോംബിട്ടതോടെ ഇന്ത്യയിൽ ഭൂചലനമുണ്ടാകുമെന്ന് മുന്നറിയിപ്പുണ്ടായി. ഒരു വിമാനത്തിന്റെ നട്ട് പോലും നിർമിച്ചു പരിചയമില്ലാത്ത വ്യവസായിയെ റഫാൽ ഇടപാടിൽ പങ്കാളിയാക്കിയതിലൂടെ 35,000 കോടി രൂപ കടത്തിലായിരുന്ന വ്യവസായി 45,000 കോടി രൂപ ലാഭമുണ്ടാക്കിയെന്നൊക്കയല്ലേ ആരോപണം. ഇതിനിടയിൽ അനിലമ്പാനിക്കുട്ടൻ ഒരു സത്യം വിളിച്ചുപറഞ്ഞു:

ഗാന്ധികുടുംബവുമായിഞങ്ങൾക്ക്നല്ലബന്ധമാണുള്ളത്. തലമുറകളായി അതു തുടരുന്നു. എന്നാൽ, കോൺഗ്രസിന്റെ അധികാര സ്ഥാനങ്ങളിലുള്ളവർ ദൗർഭാഗ്യകരമായ പ്രസ്താവനകൾ നടത്തിയത് ഏറെ വേദനയുണ്ടാക്കിയെന്ന് പൊട്ടിക്കരഞ്ഞുകൊണ്ട് പറഞ്ഞത് പലരുടേയും ഇടനെഞ്ച് തകർക്കുന്നതായിരുന്നുവെന്നത് മറ്റൊരു വാസ്തവം.



ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്ക്

ചെറിയ കാര്യങ്ങൾ ഒരുമിച്ച് ചേർത്താണ് വലിയ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുള്ളത്
– വിൻസെന്റ് വാൻഗോഗ്

ജീവിതത്തിൽ വലുതും മഹത്തരവുമായ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുവാൻ വെമ്പൽ കൊള്ളുന്നവരാണ് നാം ഓരോരുത്തരും. ചെറിയ ജീവിതങ്ങൾകൊണ്ട് വലിയ കാര്യങ്ങൾ സാക്ഷാത്ക്കരിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹമില്ലാത്തവരായി ആരും തന്നെ കാണുകയില്ല. എന്നാൽ എല്ലാവരും വലിയ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുവാനുള്ള ഉചിതമായ സമയത്തിന് വേണ്ടി കാത്തിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. വലിയ ആഗ്രഹങ്ങളും പ്രതീക്ഷകളും ഉണ്ടായിരിക്കുക എന്നത് ഒരിക്കലും ഒരു തെറ്റല്ല എന്നാൽ അവ വലിയ രീതിയിൽ മാത്രമേ തുടങ്ങി വയ്ക്കുകയുള്ളൂ എന്ന ശാഠ്യം ശരിയുമല്ല. നിങ്ങൾ ചെയ്യുന്ന കാര്യങ്ങൾ നിസ്സാരങ്ങളാകട്ടെ നിങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങൾ എത്ര ചെറുതുമാകട്ടെ എത്ര മനോഹരമായാണ് അവ പൂർത്തീകരിച്ചത് എന്നതിനാണ് പ്രാധാന്യം. 'ചെറിയ കാര്യങ്ങളിൽ വിശ്വസ്തരായിരിക്കുവിൻ കാരണം നിങ്ങളുടെ ശക്തി അവയിലാണ്' എന്നാണ് മദർ തെരേസ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്. വലിയ ചിന്തകൾ വലിയ ആഗ്രഹങ്ങൾ ചെറിയ തുടക്കം എന്നതാവണം നമ്മുടെ മുദ്രാവാക്യം നിങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്ന എത്ര വലിയ കാര്യത്തിനും നിങ്ങൾ ആയിരിക്കുന്ന ചെറിയ അവസ്ഥയിൽ തന്നെ തുടക്കം കുറിക്കൂ അത് നിങ്ങളെ വലിയ കാര്യങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കാനും പൂർത്തീകരിക്കാനും പ്രാപ്തരാക്കും.

ഒരു ചെറിയ വിത്തിൽ നിന്ന് ഒരു വലിയ വൃക്ഷം പിറവിയെടുക്കുന്നത് പോലെയാണ് ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്കുള്ള വളർച്ച. എഴുത്തുകാരനായ റസ്കിൻ ബോണ്ട് പറയുന്നു. 'ആരംഭിക്കാനുള്ള ധൈര്യത്തിൽ നിന്നാണ് എല്ലാ മഹത്വവും ഉണ്ടാകുന്നത്.' ഇന്ന് ലോകത്തുള്ള എല്ലാ പ്രധാനപ്പെട്ട വ്യവസായ സാമ്രാജ്യങ്ങളുടെയും ആരംഭം ലളിതവും നിസ്സാരവുമായ ചുറ്റുപാടുകളിലായിരുന്നു. ആമസോൺ എന്ന ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലുതും വിപുലമായ ഇ-കൊമേഴ്സ് വെബ്സൈറ്റിന് അതിന്റെ സാരഥി ജെഫ് ബെസോസ് ആരംഭം കുറിച്ചത് ഒരു ഗ്യാരേജിൽ ആയിരുന്നു. 1994ൽ ഗ്യാരേജിൽ പിറവിയെടുത്ത ആമസോൺ പോലെ 1998ൽ മറ്റൊരു ഗ്യാരേജിൽ ലാറി പേജ്, സെർജി ബ്രിൻ എന്നീ സാങ്കേതിക വിദഗ്ദ്ധർ ജന്മം കൊടുത്ത പ്രസ്ഥാനമാണ് ഗൂഗിൾ. 1976ൽ ഇരുപത്തൊന്നുകാരനായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സും ഇരുപത്തിയാറുകാരനായ സ്റ്റീവ് വോസ്നിയാക്കും ചേർന്ന് ആപ്പിൾ എന്ന സാങ്കേതിക രംഗത്തെ മൂല്യമേറിയ ബ്രാൻഡിനും ജന്മം നൽകിയത് ഒരു ഗ്യാരേജിൽ ആയിരുന്നു. സിനിമയെ ജനകീയമാക്കിയ ഡിസ്നി സ്റ്റുഡിയോ പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ചത് വാർട്ട് ഡിസ്നിയുടെ അമ്മാവനായ റോബർട്ട് ഡിസ്നിയുടെ വീടിനോട് ചേർന്ന ചെറിയ മുറിയിലായിരുന്നു. ലോകം മുഴുവൻ വളർന്ന് പന്തലിച്ച കൊക്കോ കോള എന്ന ആഗോള കമ്പനി അവരുടെ ബിസിനസ്സിന്റെ ആദ്യ വർഷം വിറ്റഴിച്ചത് വെറും ഇരുപത്തിയഞ്ച് ബോട്ടിലുകൾ മാത്രമായിരുന്നു എന്ന വസ്തുത തികച്ചും അത്ഭുതത്തോടു കൂടി മാത്രമേ നമുക്കു മനസ്സിലാക്കുവാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ഇവിടെ പ്രസ്താവിക്കപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളെല്ലാം ഇന്ന് ആയിരിക്കുന്ന അവസ്ഥയിൽ ആയിത്തീർന്നത് ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്കുള്ള വർഷങ്ങളുടെ പരിണാമത്തിലൂടെയാണ്. ഒരു പാട്ടുകാരൻ മികച്ച സംഗീതജ്ഞനായി മാറുന്നതും ഒരു നടൻ മികച്ച അഭിനേതാവായി മാറുന്നതും ഒരു രാഷ്ട്രീയക്കാരൻ മികച്ച ഭരണാധികാരിയായി മാറുന്നതും ഇത്തരത്തിലുള്ള പരിണാമത്തിലൂടെയാണ്. ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതി

ലേക്കുള്ള പടിപടിയായുള്ള വളർച്ചയാണ് നമുക്കാവശ്യം. ഒരു ശില്പി ഒരു കൽക്കഷ്ണത്തെ അൽപ്പാൽപ്പമായി ചെത്തിമിനുക്കുന്നത് പോലെയാവണം നാം വലിയ ആഗ്രഹങ്ങളെ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കേണ്ടത്. ഇത്തരത്തിൽ നേട്ടങ്ങൾ കൊയ്തെടുക്കുമ്പോൾ നാം നേട്ടങ്ങളുടെ മാത്രമല്ല അനുഭവങ്ങളുടെയും ഉടമകളായി മാറുന്നു. 'അനുഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് പഠിച്ചയാളെ വിശ്വസിക്കുക' എന്നതാണ് റോമൻ കവി വെർജിലിന്റെ കാഴ്ചപ്പാട്. 'അനുഭവമാണ് ഏറ്റവും നല്ല ഗുരു പക്ഷേ കനത്ത ഫീസ് നൽകേണ്ടി വരും എന്നാണ് ചിന്തകനായ തോമസ് കാർലൈൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്. എബ്രഹാം ലിങ്കണിന്റെ ജീവിതത്തെ സൂചിപ്പിക്കുവാൻ 'From log - cabin to white house' എന്ന് ഒരു പ്രയോഗം തന്നെ നിലവിലുണ്ട്.

അമേരിക്കയിലെ കെന്റെക്കിയിലുള്ള ഒരു ക്യാബിനിൽ തന്റെ പ്രയാണത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ച ലിങ്കൺ എത്തിച്ചേർന്നത് അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റ് പദത്തിലായിരുന്നു.

1950ൽ അറബി രാജ്യമായ യെമനിലെ ട്രഷറി ഉദ്യോഗസ്ഥൻമാർ തനി വെള്ളിയിൽ അടിച്ചിറക്കിയ 'റിയാൽ' നാണയം അതിവേഗം വിപണിയിൽ നിന്ന് അപ്രത്യക്ഷമാകുന്നു എന്ന് കണ്ടെത്തുകയുണ്ടായി. ആ നാണയങ്ങളെല്ലാം ഒടുവിൽ ഏഡനിൽ എത്തിച്ചേരുന്നതായി അവർ മനസ്സിലാക്കി. കാരണം ബ്രിട്ടീഷ് വ്യവസായ സ്ഥാപനത്തിൽ ക്ലാർക്കായ ഒരാൾ റിയാൽ വാങ്ങികൂട്ടുന്നു. ഒരു റിയാൽ ഉരുക്കി വെള്ളി ബിസ്ക്കറ്റുകളാക്കി വിറ്റാൽ ഒരു റിയാലിനേക്കാൾ വില ലഭിക്കുമായിരുന്നു. ഇത് നിയമം മൂലം തടയുന്നതിന് മുമ്പ് തന്നെ ആ ക്ലാർക്ക് ആവശ്യത്തിന് പണം സമ്പാദിച്ചിരുന്നു. പിന്നീട് ആ പണം പോളിസ്റ്റർ നൂൽ വ്യാപാരത്തിൽ നിക്ഷേപിച്ച് കൂടുതൽ പണം ഉണ്ടാക്കി. പുതിയ പല ബിസിനസ്സ് പരീക്ഷണങ്ങളും നടത്തിയത് ഒരു ഓഫീസിലെ ക്ലാർക്ക് മാത്രമായിരുന്ന ധീരുഭായ് അംബാനി ആയിരുന്നു. ബ്രിട്ടീഷ് വ്യവസായ സ്ഥാപനത്തിലെ ക്ലാർക്കിന്റെ കസേരയിലായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ തുടക്കം. പിന്നീട് പെട്രോളിയത്തിലും സാങ്കേതിക വിദ്യയിലുമൊക്കെ നിക്ഷേപിച്ച് കരുത്തുറ്റ ഒരു ബിസിനസ് സാമ്രാജ്യത്തെ അദ്ദേഹം പടുത്തുയർത്തുകയായിരുന്നു.

ലോകത്തിലെ അതിസമ്പന്നരുടെ പട്ടികയിൽ ഇടം പിടിച്ച വാറൻ ബഫറ്റിനും സമാനമായ കഥയാണ് പറയാനുള്ളത്. 1930 ആഗസ്ത് 30ന് അമേരിക്കയിലെ ഒഹാമയിൽ ഒരു സ്റ്റോക്ക് ബ്രോക്കറുടെ മൂന്ന് മക്കളിൽ രണ്ടാമനായായിരുന്നു വാറൻ ബഫറ്റിന്റെ ജനനം. ചെറുപ്പം മുതലേ വ്യാപാര കാര്യങ്ങളിൽ തത്പരനായിരുന്നു ബഫറ്റ്. ബന്ധുക്കളും സുഹൃത്തുക്കളും നാട്ടുകാരുമൊക്ക ബഫറ്റ് ഒരു ഗണിത ശാസ്ത്രജ്ഞനാകുമെന്നാണ് വിശ്വസിച്ചിരുന്നത്.

ചെറുപ്പം മുതലേ പിതാവിന്റെ സ്റ്റോക്ക് ബ്രോക്കിംഗ് സ്ഥാപനത്തിലെ പതിവ് സന്ദർശകനായിരുന്നു ബഫറ്റ്. ഓഹരികളുടെ വില നിലവാരങ്ങൾ കൗതുകത്തോടെ പരിശോധിക്കുന്നത് അന്നേ അവന്റെ പ്രധാന വിനോദമായിരുന്നു. അങ്ങനെ ഒരുപാട് ആഗ്രഹത്തോടെ തയ്യാറെടുപ്പുകളോടെ പതിനൊന്നാം വയസ്സിൽ ബഫറ്റ് തന്റെ ആദ്യ ഓഹരി നിക്ഷേപം നടത്തി. സിറ്റി സർവ്വീസസ് പ്രഫേഡ് എന്ന കമ്പനിയുടെ ഓഹരി മുപ്പത്തിയെട്ട് ഡോളറിന് വാങ്ങിയായിരുന്നു തുടക്കം. വാങ്ങിച്ചു കുറച്ചു നാളുകൾക്കകം അതിന്റെ വില ഇരുപത്തിയേഴ് ഡോളറിലേക്ക് കൂപ്പുകുത്തി. ബഫറ്റ് ക്ഷമയോടെ കാത്തിരുന്നു. സിറ്റി സർവ്വീസസിന്റെ വില വീണ്ടും ഉയർന്ന് വന്നു. വില നാൽപ്പത് ഡോളർ ആയപ്പോൾ ബഫറ്റ് അത് ചെറിയ ലാഭത്തിൽ വിറ്റു. അതിനുശേഷം ബഫറ്റിനെ അമ്പരിപ്പിച്ച് കൊണ്ട് സിറ്റി സർവ്വീസസിന്റെ വില ഇരുനൂറ് ഡോളറിലേക്ക് കുതിച്ചു. ബഫറ്റെന്ന നിക്ഷേപകനെ രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ഇത് ഒരു സുപ്രധാന പങ്ക് വഹിച്ചു. 1942ൽ ബഫറ്റിന്റെ പിതാവ് അമേരിക്കയിലെ ജനപ്രതിനിധി സഭയിലേക്ക് തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. അതേ തുടർന്ന് ബഫറ്റിന്റെ കുടുംബം ഒഹാമയിൽ നിന്ന് വിർജീനയിലേക്ക് മാറി താമസിച്ചു. ആ വർഷം തന്നെയാണ് വാഷിംഗ്ടൺ പോസ്റ്റ്, വാഷിംഗ്ടൺ ടൈംസ് ഹെറാൾഡ് എന്നീ പത്രങ്ങളുടെ വിതരണക്കാരനായുള്ള ബഫറ്റിന്റെ ബിസിനസ്സ് പ്രവേശനവും. പിന്നീട് വാഷിംഗ്ടണിലെ വുഡ്രോ വിൽസൺ ഹൈസ്ക്കൂളിലെ തന്റെ പഠനകാലത്ത് ബഫറ്റും സുഹൃത്തും ചേർന്ന് ഇരുപത്തിയഞ്ച് ഡോളറിന്റെ ഒരു പിൻബോൾ യന്ത്രം വാങ്ങി നഗരത്തിലെ ഒരു ബാർബർഷോപ്പിൽ സ്ഥാപിച്ചു. ഏതാനും മാസങ്ങൾകൊണ്ട് ലഭിച്ച ലാഭം ഉപയോഗിച്ച് മറ്റൊരു പിൻബോൾ യന്ത്രം കൂടി വാങ്ങുവാൻ അവർക്ക് കഴിഞ്ഞു. ഒടുവിൽ ബഫറ്റ് നഗരത്തിലെ മൂന്ന് പിൻബോൾ യന്ത്രങ്ങളുടെ ഉടമയായി മാറി. ബഫറ്റ് ആ ബിസിനസ്സ് അവസാനിപ്പിക്കുന്നത് തന്റെ പിൻബോൾ യന്ത്രങ്ങൾ പന്ത്രണ്ടായിരം ഡോളറുകൾക്ക് മറ്റൊരാൾക്ക് മറിച്ചു വിറ്റുകൊണ്ടായിരുന്നു.

കോളേജ് പഠനകാലത്താണ് അദ്ദേഹം തന്റെ ഓഹരി വ്യാപാരം പുനരാരംഭിച്ചത്. ആരും ശ്രദ്ധിക്കാതെ കിടക്കുന്ന ചെറിയ വിലയുള്ള മൂല്യമേറിയ ഓഹരികളെ തേടി പിടിക്കുക എന്നതായിരുന്നു ബഫറ്റിന്റെ സമീപനം. ഇതിൽ അദ്ദേഹം വിജയിക്കുകയും സമ്പന്നനാകുകയും ചെയ്തു. ഭാവിയുള്ള ഓഹരികളം കണ്ടെത്തുന്നതിനുള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ നൈപുണ്യം മനസ്സിലാക്കിയ വ്യവസായ ലോകം അദ്ദേഹത്തെ 'ഒഹാമയിലെ പ്രവാചകൻ' എന്നാണ് വിശേഷിപ്പിച്ചിരുന്നത്.

'ഇരുപതാം വയസ്സിൽ കണ്ടതു പോലെയാണ് അൻപതാം വയസ്സിലും ഒരുവൻ ലോകത്തെ നോക്കിക്കാണുന്നതെങ്കിൽ ജീവിതത്തിലെ മുപ്പത് വർഷങ്ങൾ അവർ പാഴാക്കി കളഞ്ഞു' എന്നതാണ് ബോക്സിംഗ് താരം മുഹമ്മദലി നമുക്ക് തരുന്ന ചിന്ത. ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്കുള്ള വളർച്ചയുടെ ഓരോ ഘട്ടത്തിലും നമ്മുടെ കാഴ്ചപ്പാടുകളെ വിപുലവും വ്യസ്തൃതവുമാക്കുവാൻ നമുക്ക് സാധിക്കണം.

പത്രവിതരണ രംഗത്തെ നെപ്പോളിയൻ എന്ന് അറിയപ്പെട്ടിരുന്ന നോച്ച് ക്ലിഫ് പ്രഭു മരണപ്പെടുന്ന സമയത്ത് അമ്പത്തിയഞ്ച് ദശലക്ഷം കോപ്പികളോടെ ഇംഗ്ലീഷ് ഭാഷയിലെ ഏറ്റവും വലിയ പത്രമായിരുന്ന ടൈംസ് ഉൾപ്പെടെ നൂറ്റിപത്ത് പത്രമാസികകൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ഒരു പത്രസാമ്രാജ്യത്തിന്റെ അധിപനായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ തുടക്കം ഒരു സാധാരണ പത്രവിതരണക്കാരനായിട്ടായിരുന്നു. കടൽത്തീരത്തുള്ള പരുപരുത്ത കല്ലുകൾ തിരമാലകളുടെ തല്ലും തലോടലുമേറ്റ് മിനു



സപ്പെടുന്നത് പോലെ അനുഭവങ്ങളുടെ താഡനമേറ്റ് നാമും പരുവപ്പെടേണ്ടതുണ്ട്. അപ്പോഴാണ് നമുക്ക് വലിയ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുവാൻ കഴിയുന്നത്. ജീവിതത്തിലെ ഓരോ ചെറിയ അനുഭവവും വിദ്യാഭ്യാസ പ്രക്രിയയുടെ ഭാഗമാണ് എന്ന് നമുക്ക് മനസ്സിലാക്കാം. 'ജനനം മുതൽ മരണം വരെയുള്ള ഒരു തുടർ പ്രക്രിയയാണ് വിദ്യാഭ്യാസമെന്നാണല്ലോ ഇന്ദിരാഗാന്ധി അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്'.

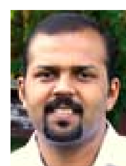
'ഇരുപതാം വയസ്സിൽ കണ്ടതു പോലെയാണ് അൻപതാം വയസ്സിലും ഒരുവൻ ലോകത്തെ നോക്കി ക്കാണുന്നതെങ്കിൽ ജീവിതത്തിലെ മുപ്പത് വർഷങ്ങൾ അവർ പാഴാക്കി കളഞ്ഞു' എന്നതാണ് ബോക്സിംഗ് താരം മുഹമ്മദലി നമുക്ക് തരുന്ന ചിന്ത. ചെറുതിൽ നിന്ന് വലുതിലേക്കുള്ള വളർച്ചയുടെ ഓരോ ഘട്ടത്തിലും നമ്മുടെ കാഴ്ചപ്പാടുകളെ വിപുലവും വ്യസ്തൃതവുമാക്കുവാൻ നമുക്ക് സാധിക്കണം.

> എങ്ങനെ തുടങ്ങുന്നു എന്നതിലല്ല മറിച്ച് നാം ആയിരിക്കുന്ന അവസ്ഥയിൽ എത്ര മികച്ചതായാണ് കാര്യങ്ങൾ പൂർത്തികരിക്കുന്നത് എന്നതിനാണ് പ്രസക്തി. 'ചെയ്യാവുന്നതിൽ ഏറ്റവും നല്ലത് ഇന്ന് ചെയ്യുക നാളെ അതിലും നല്ലത് ചെയ്യാൻ കഴിയും'

ഒരിക്കൽ ചന്ദ്രഗുപ്ത മൗര്യൻ രാജാവ് യുദ്ധത്തിൽ പരാജയപ്പെട്ട് കാട്ടിലൂടെ രക്ഷപെടാൻ ശ്രമിച്ചപ്പോൾ അവിടെ ഒരു കുടിൽ കണ്ടു. ആഹാരം കഴിക്കാൻ സാധിക്കാതെ വിശന്ന് വലഞ്ഞിരുന്ന അദ്ദേഹം അവിടെ കണ്ട സ്ത്രീയോട് ആഹാരം ചോദിച്ചു. അവർ ഉടൻ തന്നെ അരി തിളപ്പിച്ച് കഞ്ഞിയുണ്ടാക്കി രാജാവിന് കൊടുത്തു. ദിവസങ്ങളായി ആഹാരമില്ലാതെ അലഞ്ഞ രാജാവ് ചൂട് കഞ്ഞിയിലേക്ക് കൈ മുക്കി. തന്റെ മുൻപിലിരിക്കുന്നത് ചന്ദ്രഗുപ്ത മൗര്യൻ ആണ് എന്ന് അറിയില്ലായിരുന്ന ആ സ്ത്രീ രാജാവിന്റെ കൈ പൊള്ളിയത് കണ്ട് പറഞ്ഞു 'നിങ്ങൾ ഞങ്ങളുടെ രാജാവിനേപ്പോലെ തന്നെയാണല്ലോ'. ഇത് കേട്ട രാജാവ് ഞെട്ടി. അപ്പോൾ സ്ത്രീ പറഞ്ഞു 'ചൂടുകഞ്ഞു കുടിക്കുമ്പോൾ ഒരിക്കലും നടുക്കുനിന്ന് തുടങ്ങരുത് അരികുകളിൽ നിന്നാവണം തുടങ്ങേണ്ടത്' ഈ വാക്കുകൾ രാജാവിന്റെ കണ്ണുകൾ തുറപ്പിച്ചു. അദ്ദേഹം അവിടെ നിന്നിറങ്ങിയ ശേഷം തന്റെ ചിതറിപ്പോയ സൈന്യത്തെ ഒരുമിച്ച് ചേർത്ത് ചെറിയ ചെറിയ പ്രദേശങ്ങൾ കീഴടക്കി മുഴുവൻ രാജ്യവും പിടിച്ചെടുത്തു എന്നാണ് പറയപ്പെടുന്നത്. 'വലുതാകണോ ചെറുതാകുക' എന്നാണ് കുഞ്ഞുണ്ണി മാഷ് എഴുതിയിരിക്കുന്നത്. 'നിങ്ങളുടെ ഭാവി തീരുമാനിക്കപ്പെടുന്നത് നിങ്ങൾ ഇന്ന് എന്ത് ചെയ്യുന്നു എന്നതിലാണ്' എന്നതാണ് മഹാത്മാഗാന്ധി പങ്കുവയ്ക്കുന്ന ചിന്ത.

ഫോർഡ്, റോക്ക് ഫെല്ലർ തുടങ്ങിയ വൻ വ്യവസായികൾക്ക് തങ്ങളുടെ മക്കൾ കുടുംബസ്ഥാപനങ്ങളിലെ സാധാരണ തൊഴിലാളിയായി തുടങ്ങണമെന്ന് നിർബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. ഇൻഫോസിസ് സ്ഥാപകനായിരുന്ന എൻ.ആർ നാരായണമൂർത്തിയുടെ മകനും ഇൻഫോസിസലെ ഒരു ചെറിയ പദവിയിലായിരുന്നു തന്റെ തൊഴിൽ ജീവിത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത്. വിഗാർഡ് സ്ഥാപകനായ കൊച്ചൗസേപ്പ് ചിറ്റലപ്പള്ളിയും ഈ മാതൃക പിന്തുടർന്ന ആളാണ്. ചെറുതിൽ നിന്ന് തുടങ്ങുന്നതിന്റെ സൗന്ദര്യം തിരിച്ചറിഞ്ഞവരായിരുന്നു ഇവരെല്ലാവരും. എങ്ങനെ തുടങ്ങുന്നു എന്നതിലല്ല മറിച്ച് നാം ആയിരിക്കുന്ന അവസ്ഥയിൽ എത്ര മികച്ചതായാണ് കാര്യങ്ങൾ പൂർത്തികരിക്കുന്നത് എന്നതിനാണ് പ്രസക്തി. 'ചെയ്യാവുന്നതിൽ ഏറ്റവും നല്ലത് ഇന്ന് ചെയ്യുക നാളെ അതിലും നല്ലത് ചെയ്യാൻ കഴിയും' എന്നാണ് ഐസക് ന്യൂട്ടൺ നമ്മെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നത്. ചെറുതായിരിക്കുമ്പോൾ തന്നെ വലുതാകുവാനുള്ള നിരന്തര പരിശ്രമം നാം നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. 'ആദ്യ വിജയത്തിന് ശേഷം വിശ്രമിക്കരുത്. കാരണം രണ്ടാമത്തേതിൽ നിങ്ങൾ പരാജയപ്പെട്ടാൽ നിങ്ങളുടെ ആദ്യ വിജയം ഭാഗ്യം കൊണ്ടാണെന്ന് പറയാൻ ഒട്ടേറെ ചുണ്ടുകൾ ഉണ്ടാവും' എന്നാണ് ഡോ.എ.പി.ജെ.അബ്ദുൾ കലാം ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നത്.

നിങ്ങളുടെ ഇന്നത്തെ അവസ്ഥ എത്ര ചെറുതായിരുന്നാലും വളരുവാനുള്ള, വലുതാകുവാനുള്ള നിങ്ങളുടെ സാധ്യതകൾ അനന്തമാണ് എന്ന് മറക്കാതിരിക്കാം. 'കുന്നിൻ മുകളിലെ പൈൻമരമാകാൻ നിങ്ങൾക്ക് കഴിയുന്നില്ലെങ്കിൽ താഴ്വരയിലെ കുറ്റിച്ചെടിയാകുക, മലഞ്ചെരുവിലെ ഏറ്റവും മികച്ച കുറ്റിക്കാടാകുക. കുറ്റിക്കാടാകാൻ കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ ഒരു പുൽനാമ്പെങ്കിലുമാകുക. രാജവീഥിയാകാൻ കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ ഇടവഴിയെങ്കിലുമാകുക. സൂര്യനാകാൻ കഴിയില്ലെങ്കിൽ ഒരു കുഞ്ഞു നക്ഷത്രമെങ്കിലുമാകുക. വലുപ്പം കൊണ്ടല്ല നിങ്ങൾ ജയിക്കുന്നതോ പരാജയപ്പെടുന്നതോ നിങ്ങൾ എന്തായിരുന്നാലും ഏറ്റവും മികച്ചതാകുക എന്ന അമേരിക്കൻ സാഹിത്യകാരൻ ഡഗ്ലസ് മാലോക്കിന്റെ വാക്കുകൾ ജീവിതയാത്രയിൽ നമ്മുടെ ഓർമ്മ പഥങ്ങളിൽ ഉണ്ടായിരിക്കട്ടെ.



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

വ്യവസായ സംരംഭകരും പരസ്യ ഏജൻസികളും

തന്റെ പരസ്യത്തിൽ ഇന്നത്, ഇന്നത് ഒക്കെയെ വരാവൂ, പരസ്യവാചകം ഞാൻ പറയുന്നത് മതി, പടം ഞാൻ വരച്ചു തരാം – ഇങ്ങനെ താൻ പോരിമയുടെ ഒരു മഹാപ്രകടനമാണ് സംരംഭകൻ പ്രദർശിപ്പിക്കുക. പാവം ഏജൻസി പ്രവർത്തകരോ? തമ്പുരാന്റെ വായ്മൊഴിക്ക് എതിർമൊഴിയില്ല എന്ന ഓച്ഛാനവും!

സമൂഹത്തിന്റെ മുഖ്യധാരയിൽ മാന്യമായൊരു ഇരിപ്പിടം വ്യവസായ സംരംഭകർക്ക് നൽകാൻ കുറഞ്ഞൊരു കാലം മുമ്പ് വരെ മലയാളികൾ വിമുഖത കാണിച്ചിരുന്നു. 'വ്യവസായ സംരംഭകത്വം' തീരെ ഇല്ലാത്തവരാണ് മലയാളികൾ എന്നതും പൊതുസമ്മതി കിട്ടിയിട്ടുള്ള ഒരാക്ഷേപമാണ്. ഇത്തരം വിമുഖതകൾക്കും ആക്ഷേപങ്ങൾക്കുമിടയിൽ ഞെരുങ്ങി വളരുന്ന മലയാളി വ്യവസായ സംരംഭകർ, ഒട്ടേറെ ന്യൂനതകൾ ഉള്ളവരായിട്ടാണ് കാണപ്പെടുന്നത്.

മുഖ്യമായൊരു ന്യൂനത, പരസ്യത്തെക്കുറിച്ചുള്ള അവരുടെ ധാരണകളാണ്. ആ മിഥ്യാധാരണകളുമായി ഏറ്റുമുട്ടി, വെള്ളം കുടിച്ചു പോകുന്നവരാണ് കേരളത്തിലെ ഒട്ടുമിക്ക ഏജൻസികളും. ലക്ഷങ്ങൾ ബില്ലിംഗ് തരുന്ന ഒരു 'ക്ലയന്റി'നെ നഷ്ടപ്പെടരുതല്ലോ എന്നോർത്ത് പ്രതിഷേധിച്ച് ഒന്നും മിണ്ടാതെ, എല്ലാം തലകുലുക്കി സമ്മതിച്ച് പ്രയോജനരഹിതങ്ങളായ പരസ്യങ്ങളുടെ മാറാപ്പ് ചുമക്കേണ്ടി വരുന്ന പരസ്യ ഏജൻസികളുടെ ധർമ്മസങ്കടങ്ങൾക്ക് പലപ്പോഴും ദൃക്സാക്ഷിയാകേണ്ടി വന്നിട്ടുണ്ട്.

കോടികൾ പരസ്യങ്ങൾക്കു വേണ്ടി ചെലവഴിക്കുന്ന വമ്പന്മാർ മുതൽ ആയിരം രൂപയുടെ നോട്ടീസ് അച്ചടിക്കുന്ന തീരെ ചെറിയവർ വരെ ഇക്കാര്യത്തിൽ തുല്യരാണുതാനും. അപകടകരമായ ഈ 'പരസ്യനിരക്ഷരത' തുടച്ചുമാറ്റുവാൻ ഒരു വമ്പൻ 'സാക്ഷരതാമിഷ'ന് മാത്രമേ കഴിയൂ!! മൂലധന നിക്ഷേപത്തെ കുറിച്ചും ഉത്പാദനചെലവുകളെ കുറിച്ചും തൊഴിലാളി-തൊഴിലുടമാ ബന്ധത്തെ കുറിച്ചും വായ്പാ സമാഹരണത്തെ കുറിച്ചും എന്തിനേറെ പറയുന്നു ടൈം മാനേജ്മെന്റിനെ കുറിച്ചുപോലും ഉറച്ച ധാരണകളുള്ളവരാണ് മിക്ക മലയാളി സംരംഭകരും. അഥവാ ഇതിലേതെങ്കിലും ചിലതിലൊക്കെ അൽപം അറിവുകുറവാണെങ്കിൽ അത് മിനക്കെട്ട് പഠിച്ചുറപ്പിക്കാനും അവർ തയാറാണ്.

എന്നാൽ, പരസ്യത്തിന്റെ കാര്യം വരുമ്പോൾ, താൻ പിടിച്ച മുയലിന് കൊമ്പ് മൂന്ന് എന്ന ഭാവത്തിലാവും മലയാളി സംരംഭകന്റെ നിൽപ്പും ഭാവവും. തന്റെ പരസ്യത്തിൽ ഇന്നത്, ഇന്നത് ഒക്കെയെ വരാവൂ, പരസ്യവാചകം ഞാൻ പറയുന്നത് മതി, പടം ഞാൻ വരച്ചു തരാം – ഇങ്ങനെ താൻ പോരിമയുടെ ഒരു മഹാപ്രകടനമാണ് സംരംഭകൻ പ്രദർശിപ്പിക്കുക. പാവം ഏജൻസി പ്രവർത്തകരോ? തമ്പുരാന്റെ വായ്മൊഴിക്ക് എതിർമൊഴിയില്ല എന്ന ഓച്ഛാനവും! വന്നുവന്ന്, സംരംഭകനും ഓഫീസ് തൊഴിലാളികളും കൂടെ ടെലിവിഷൻ പരസ്യം പിടിച്ച് പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന ദയനീയ ദൃശ്യം വരെ കാണേണ്ടി വന്നു! (മേൽപ്പടി പരസ്യം ഈ നൂറ്റാണ്ടിലെ അറുബോറൻ പരസ്യം എന്ന കയ്യടി നേടി എന്നതും പ്രസ്താവ്യം).

അൽപ്പം കാലുഷ്യം ഭാഷയിൽ പ്രകടമാകുന്നത് ഉദ്ദേശ്യശുദ്ധിയോർത്ത് മാപ്പാക്കുക! കാരണം പരസ്യം എന്താണെന്നും, പരസ്യ ഏജൻസിയുടെ പ്രവർത്തനംകൊണ്ട് തനിക്കു ലഭിക്കുന്ന നേട്ടങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്നും തിരിച്ചറിയുന്ന ഒരു സംരംഭകൻ, തന്റെ കണക്കു പുസ്തകത്തിൽ കൂടുതൽ ലാഭക്കണക്കുകൾ എഴുതി ചേർക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. പരസ്യ സംഘാടനത്തെ സുഗമമാക്കുന്നതിൽ ലാഭകരമാക്കുന്നതിൽ 'മീഡിയ പ്ലാനിംഗ്' (മാധ്യമാസൂത്രണം) എത്രമാത്രം പങ്കു വഹിക്കുന്നുണ്ട് എന്ന ചോദ്യത്തിന് ശരിയായ ഉത്തരങ്ങൾ പറയുവാൻ കഴിയുന്ന വ്യവസായ സംരംഭകനാണ് നിങ്ങളെങ്കിൽ വിജയം നിങ്ങളുടേതാണ്. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ



ARGUMENTS AGAINST BRANDING

1.The severe criticism leveled against branding is that it leads to some kind of monopoly known as 'Brand Monopoly'. The brand monopoly is created by gradually creating a brand loyalty to the products in the minds of the consumers. This criticism is baseless since such a situation is not possible in the case of consumers' goods unless they are really necessary items. When monopolistic tendency is found, consumers will show a response to it by changing the brand.

2.It is difficult to establish a brand and the expense of advertising in the initial stage is very high, which raises the cost.

3.Brand names always do not assure good quality manufactures sometimes place inferior goods in the market under a glamorous brand name.

Kinds of Brand Names: Branding is a process by which products are named. These names to become successful should reflect certain aspects of the products or the manufacturer. On this basis, the brand names could be divided into:

Coined name: A purposely created names but stress more on producers indentity. For example, the word 'Parker' alone is meaningless unless attached to 'pen or ink'.

Arbitary name. A name neither relating to product nor producer.

Suggestive name. A name that describes fully the product. Eg.Glucose Biscuit, Cocoa Sweets.

Characteristics of a Good Brand Name: At the time of choosing a brand name, various aspects require careful consideration. Very often, manufacturers invite brand names from the consumers, dealers and agencies. The following are some of the general considerations though no hard and fast rule can be laid down:

1.The name should readily come to the minds of customers. It should be easy to pronounce.

2. The name should be easy to read and understand.

3.The name should be appropriate for the product.

4.It should be easy to remember.

5. It should as far as possible, be most descriptive in nature.

The brand names, packaging etc. are only ancillary things and the consumer is really influenced by quality and performance of the product. In the end, therefore, the success or failure of a product is determined primarily by the worth of the product in relation to those it competes with. The brand name is a detail- an important and sometimes valuable detail, but a detail nonetheless.

Maintaining the Standard

Standardisation is a continuous process and the success depends on maintaining it systematically. If standards are registered, then the manufacturer is obliged to maintain it. The ISI has inspectors throughout the country and are drawing samples from various places which later on are tested in laboratories to find

out their conformity with the standards. Besides the legal obligation, a manufacturer is bound to maintain the standard, or otherwise he will fail in a competitive market. Most of the manufacturers have their own Quality Control Departments and keeping the standard of the ultimate product is their responsibility. Modern managements use technique like Statistical Quality CONTROL (SQC) to ensure standards.

The Facilitating functions thus are not mere passive functions in the process of marketing. The functions, Financing, risk bearing and standardization play a vital role and are the indispensable ingredients of modern marketing.

ORGANISED MARKETS

In the marketing of certain manufactured goods and industrial raw materials of agricultural origin, certain specialized institutions have come up with functionaries and technique of their own. There functions are different from those of the marketing institutions we have already seen. These institutions have come to be known as organized markets. These organized markets are of two types viz. organized commodity markets and organized stock markets. These are popularly known as Commodity Exchange and Stock Exchanges.

Commodity Exchange

A commodity exchange is an organized and permanent place where persons meet for the purpose of doing business in a commodity which may be a natural product of the soil, a mining product or a manufactured article. In these exchange members only are permitted to buy and sell commodities on contract under the established rules and regulations. The Bombay Oil Seeds and Oil Exchange, East India Cotton Association and Marwari Chamber of Commerce all of Bombay and Indian Produce Association of Calcutta are some of the leading commodity exchanges in India. These exchanges are linked with world markets.

A Commodity Exchange and A Whole sale Market

Although a commodity exchange may be regarded as a specialized wholesale market devoted to a particular commodity or a group of commodities, there are certain vital distinctions between the two. First in a wholesale market the parties to the transaction appear in person but in a commodity exchange they can enter into a contract only through the brokers who are members of the exchange. Secondly, the goods intended for sale are actually brought to the wholesale market but the dealings on a commodity exchange are only on the basis of grades. Thirdly, commodity exchanges provide protection against risk of a price change through the mechanisms of futures trading and hedging which is not the function of a wholesale market.

Essential Characteristic of an Organized Commodity Market

The essential characteristic of an organized commodity market are: (a). A large number of competing buyers and sellers always ready to buy or sell (b). A Large quantity of the commodity dealt in (c).Quick communication facilities for all operations (d). The collection, dissemination and publication of statistical and other information relating to the probable trend in supply of commodities (e). The carrying on of transactions through licensed brokers or other members and their agents. (f). Concentrated supply and demand (g). Standardized form of contract and (h). Settlement of disputes by arbitration.

Importance of Commodity Exchange

Although it does not buy or sell commodities as an organization a commodity exchange facilitates the market activities of its members. It provides a ready and continuous market for the commodities. The operators in a commodity exchange serve as professional risk bearers and insurers. In the absence of commodity exchanges only a few will come forward to bear the marketing risks. Again without commodity exchanges, commodities worth cores of rupees cannot be shifted from their place of production to their place of consumption with minimum expenditure of time and energy. The commodity exchange serves as a barometer indicating the changes in the prices of commodities. The commodity exchange reflects the consensus of trade opinion. The capacity of the members of the exchange to analyse the trend of the economy and the possible impact of economic forces on the prices of the commodities is highly beneficial to the trading commodity and producers.

The existence of a forward market enables the producers of industrial raw materials such as castor seed to find buyers for the produce even before the crop is harvested.

The commodity exchanges also render useful services to the trade in the form of collection and dissemination of market information establishing and maintaining grades and providing a machinery for arbitration of trade disputes. ●



കരിയർ തീരുമാനങ്ങൾ ... തയ്യാറെടുപ്പുകൾ

ആളുകൾ എപ്പോഴും സാഹചര്യമാണ് അവരുടെ അവസ്ഥയ്ക്ക് കാരണമെന്നു കുറ്റപ്പെടുത്തുന്നു. ഞാൻ സാഹചര്യങ്ങളിൽ വിശ്വസിക്കുന്നില്ല. ഈ ലോകത്ത് പുരോഗതി കൈവരിക്കുന്നവർ, അവർക്ക് ഉചിതമായ സാഹചര്യങ്ങൾ അന്വേഷിക്കുന്നവരാണ്. അന്വേഷിച്ചു കണ്ടെത്തിയില്ലെങ്കിൽ അവർ അത്തരം സാഹചര്യങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുക തന്നെ ചെയ്യും –ജോർജ് ബർണാഡ് ഷാ

ഗണിത, ഗണന, ധനകാര്യ ശാസ്ത്രം

മഹാത്മാഗാന്ധി ഇന്ത്യയ്ക്കു സ്വാതന്ത്ര്യം നേടിത്തന്നു. എഡിസൺ ഇലക്ട്രിക് ബൾബ് കണ്ടുപിടിച്ചു. ഫ്ളെമിങ്ങ് പെൻസിലിൻ കണ്ടെത്തി. സൗകര്യപ്രദമായി സഞ്ചരിക്കുവാൻ കാറുകൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിന് ഹെന്റി ഫോഡിനെ പ്രേരിപ്പിച്ചതും വർണ്ണവിവേചനത്തിന് അന്ത്യം കുറിക്കുവാൻ നെൽസൺ മണ്ടേലയെ പ്രേരിപ്പിച്ചതും ഒരേ ശക്തിയാണ്. ഈജിപ്തിലെ പിരമിഡുകൾ, ചൈനയിലെ വൻമതിൽ, ലോക വിസ്മയങ്ങളിൽ ഒന്നായ താജ്മഹൽ ഇവയൊക്കെ സാധ്യമായത് ആരുടെയൊക്കെയോ കഠിനാദ്ധ്വാനം കൊണ്ടും ഇത്തരം നേട്ടങ്ങൾ കൈവരിക്കാൻ അവർക്ക് സാദ്ധ്യമാണെന്ന ഇച്ഛാശക്തികൊണ്ടും ആണ്.

നിങ്ങൾ നിങ്ങളെത്തന്നെ ഒന്നു ശ്രദ്ധിക്കുക. നിങ്ങൾ ധരിക്കുന്ന വസ്ത്രം, നിങ്ങൾ സഞ്ചരിക്കുന്ന വാഹനം, നിങ്ങൾ കാണുന്ന ടെലിവിഷൻ, നിങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന മൊബൈൽ ഫോൺ ഇവയൊക്കെ നിങ്ങൾക്ക് ലഭിച്ചത്, എന്തും സാദ്ധ്യമാണ് എന്ന് ഉറച്ചു വിശ്വസിക്കുന്ന കുറെ ആളുകളുടെ പ്രവർത്തന ഫലമായാണ്. അവരൊക്കെ സാഹചര്യങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുകയായിരുന്നു.

നാം ഓരോരുത്തരും ജീവിക്കുമ്പോൾ അർത്ഥവത്തായി ജീവിക്കുക. പഠിത്തത്തിൽ വിജയിക്കാനായി പഠിക്കുക. കാലം നിങ്ങൾക്കുള്ളതാണ്. അതിനെ മുറുകെ പിടിക്കുക. നിങ്ങളുടെ ജീവിതം ഏറ്റവും മഹത്തരമാക്കുക. ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ട് നിങ്ങളുടെ ജീവിതത്തിനു വഴിത്തിരിവുണ്ടാക്കുക. ഒറ്റ ദിവസം കൊണ്ടു വളർന്നു പന്തലിച്ചു ഫലം നല്കുന്ന ഒരു മാന്ത്രികവിത്തും ഇല്ലെന്നുള്ളതു മറക്കാതിരിക്കുക. നിരന്തരം ലക്ഷ്യത്തിനായി ശ്രമിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുക.

ഈ ലക്കം ഗണിതം, കംപ്യൂട്ടിങ്ങ്, ഇക്കണോമിക്സ് എന്നീ വിഷയങ്ങളെക്കുറിച്ചാണ് പ്രതിപാദിക്കുന്നത്.

ശാസ്ത്രത്തിന്റെയും സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെയും വളർച്ചയിൽ ഗണിതശാസ്ത്രം നിർണായക പങ്കു വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ആധുനിക ഗണിത ശാസ്ത്രത്തിനു കനപ്പെട്ട സംഭാവന നൽകിയ ഭാരതീയനാണ് ശ്രീനിവാസ രാമാനുജൻ.

ഗണിത ശാസ്ത്ര പഠനത്തിനു ഇന്ത്യയിൽ മികച്ച അവസരങ്ങളുണ്ട്. IITÄ, TIFR (Tata Institute of Fundamental Research) IISC (Indian Institute of Science), IISER (Indian Institute of Science Education and Research), NITകൾ തുടങ്ങിയ വിദ്യാർത്ഥികളെ നിപുണരായി രൂപ

പ്പെടുത്തുവാൻ സഹായിക്കുന്നു. ചെന്നൈ മാത്തമാറ്റിക്കൽ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, ഇന്ത്യൻ സ്റ്റാറ്റിസ്റ്റിക്കൽ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മാത്തമാറ്റിക്കൽ സയൻസ് എന്നിവ ഗണിത ശാസ്ത്ര പഠനത്തിനു പ്രശസ്തമാണ്. അദ്ധ്യാപനം, ഗവേഷണം എന്നീ മേഖലകളിൽ വളരെയേറെ അവസരങ്ങളാണ് ഗണിത ശാസ്ത്രത്തിൽ ഉപരിപഠനം നടത്തിയവരെ കാത്തിരിക്കുന്നത്.

കാലാവസ്ഥയെക്കുറിച്ച് ശാസ്ത്രീയമായി പഠിക്കുന്ന ശാസ്ത്രശാഖയാണ് മീറ്റിയറോളജി, പ്രകൃതിയെ സൂക്ഷ്മമായി നീരിക്ഷിക്കാനും മാറ്റങ്ങൾ അപഗ്രഥിക്കാനും കഴിയും. താത്പര്യമുള്ളവർക്കു ഈ മേഖല തിരഞ്ഞെടുക്കാം. മേഘങ്ങളുടെ ഉരുണ്ടുകൂടൽ, ഇടിമിന്നൽ മുതലായ കാലാവസ്ഥ സംബന്ധിച്ച ഡേറ്റയുടെ ശേഖരണവും പഠനവുമാണ് ഈ മേഖലയിലെ പ്രധാന ജോലി.

ക്ലൈമറ്റോളജി, സിനോപ്റ്റിക് മീറ്റിയറോളജി, ഡയനാമിക് മീറ്റിയറോളജി, ഫിസിക്കൽ മീറ്റിയറോളജി, അഗ്രിക്കൾച്ചറൽ മീറ്റിയറോളജി, അപ്ലൈഡ് മീറ്റിയറോളജി തുടങ്ങിയവയാണ് പഠനശാഖകൾ. പ്ലസ്ടു തലത്തിൽ ഗണിതവും ശാസ്ത്രവും പഠിച്ചവർക്ക് ചേരാവുന്നതാണ്.

ഗണിതത്തിൽ മിടുക്കരായവർക്ക് അസ്ട്രോണമിയിലേക്കു തിരിയാവുന്നതാണ്.

ബഹിരാകാശത്തിലെ വിവിധ ഗോളങ്ങളുടെ ഉത്ഭവം, പരിണാമം, ഘടന, അകലം, ചലനം, സ്വഭാവം, രൂപം, ഭാവം, അവ തമ്മിലുള്ള ബന്ധം എന്നിവയെക്കുറിച്ചു പഠിക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർക്കു ജ്യോതിശാസ്ത്രം അഥവാ അസ്ട്രോണമിയുടെ സാധ്യതകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്താം. ഡിഫൻസ്, സ്പേസ് റിസർച്ച് സ്ഥാപനങ്ങൾ, പ്ലാനറ്റോറിയം, സയൻസ് പാർക്ക്, യൂണിവേഴ്സിറ്റികൾ, കോളജുകൾ എന്നിവിടങ്ങളിലൊക്കെ തൊഴിൽ സാധ്യതകളുണ്ട്.

എന്തിനാണു ബജറ്റുകൾ? എന്തുകൊണ്ടാണ് ചില രാജ്യങ്ങൾ സമ്പന്നവും മറ്റു ചിലവ ദരിദ്രവുമായിരിക്കുന്നത്? എന്താണ് സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യം? സാമ്പത്തിക അസമത്വം എന്തുകൊണ്ടാണുണ്ടാവുന്നത്? ഒരു രാജ്യത്തെ പ്രതിവർഷ കാർഷികോൽപാദനം എത്രയായിരിക്കണം? ഇത്തരം ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരം കാണുന്നതും വിശദീകരണം നൽകുന്നതും ഇക്കണോമിക്സ് അഥവാ സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രമാണ്. സമ്പത്തിനെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനമാണ് നിർവചിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നതെങ്കിലും, ഇന്ന് ഓരോ മനുഷ്യന്റെയും ക്ഷേമത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനമായി ഇക്കണോമിക്സ് മാറിയിട്ടുണ്ട്. സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രം കടന്നു ചെല്ലാത്ത മേഖലകളില്ല.

സർക്കാർ വകുപ്പുകൾ, സ്വകാര്യവാണിജ്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ, യൂണിവേഴ്സിറ്റികൾ എന്നിവയിലെല്ലാം ഇക്കണോമിസ്റ്റുകൾക്ക് നിരവധി തൊഴിലവസരങ്ങളുണ്ട്. ഇക്കണോമിക് കൺസൾട്ടൻസി, ക്രെഡിറ്റ് അനാലിസിസ്, അദ്ധ്യാപനം, പോളിസി മേക്കിങ്ങ്, ആക്ചറി, സാമ്പത്തിക കാര്യ ജേർണലിസം, ബാങ്കിംഗ് എന്നിങ്ങനെ വ്യത്യസ്ത മേഖലകളിൽ ഇക്കണോമിസ്റ്റുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഇന്ത്യൻ ഇക്കണോമിക് സർവീസസ്, RBI, നാഷണൽ സാമ്പിൾ സർവേ, പ്ലാനിംഗ് ബോർഡ്, നീതി ആയോഗ്, സാമ്പത്തിക കാര്യ മന്ത്രാലയം, വേൾഡ് ബാങ്ക്, ഏഷ്യൻ ഡവലപ്മെന്റ് ബാങ്ക്, IMF (International Monetary and Financial) എന്നിവയിലെല്ലാം ഇക്കണോമിക്സ് ബിരുദധാരികൾക്ക് അവസരങ്ങളുണ്ട്.

സ്റ്റോക്ക് മാർക്കറ്റുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുള്ള വിവിധ മേഖലകളിൽ പ്രാവീണ്യം നേടാനാവുന്ന പാർട്ട്ടൈം സർട്ടിഫിക്കറ്റ് കോഴ്സാണ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഇൻ ഫിനാൻഷ്യൽ എൻജിനീയറിംഗ്. ഫിനാൻഷ്യൽ മാർക്കറ്റുകൾ, ഇക്കണോമിക് ഫിനാൻഷ്യൽ തിയറി, മാത്തമാറ്റിക്സ് - സ്റ്റാറ്റിസ്റ്റിക്സ്, കംപ്യൂട്ടർ എന്നിവയിലെ പരിജ്ഞാനമാണ് പ്രവേശന യോഗ്യത. വിശദ വിവരങ്ങൾക്ക് www.utiicm.com.

ഇക്കണോമിക്സ് പഠനത്തിനു കേരളത്തിലെ മികച്ച സ്ഥാപനങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

Centre for Development Studies,

Thiruananthapuram

Department of Applied Economics,

Cochin University

ഇന്ത്യയിലെ മികച്ച സ്ഥാപനങ്ങളിൽ, ഇക്കണോമിക്സ് പഠനത്തിൽ താത്പര്യമുള്ളവർക്ക് ശ്രമിക്കാവുന്നതാണ്. പ്രവേശന പരീക്ഷ ഉണ്ടായിരിക്കുന്നതാണ്.

Delhi School of Economics

Indian Statistical Institute

Indira Gandhi Institute of Development Research

JNU

Madras School of Economics

IIT Chennai

University of Hyderabad

IIM Bangalore

Gokhale Institute of Politics & Economy

ബിരുദവും രണ്ടു വർഷത്തെ പരിചയവും ഉള്ളവർക്ക് ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളിൽ ചെറിയ കാലയളവിലുള്ള പഠന കോഴ്സുകളിൽ ചേർന്ന് കാലാനുസൃതം സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രത്തിൽ അറിവു നേടാവുന്നതാണ്. ഇതുവഴി കരിയർ മെച്ചപ്പെടുത്താവുന്നതുമാണ്. പഠനം ഒരിക്കലും അവസാനിക്കുന്നില്ല. ജോലിയിൽ ആയിരിക്കുമ്പോഴും തൊഴിൽ ചെയ്യുന്നവർ Updated ആയിരിക്കുന്നതും കാലഘട്ടത്തിന്റെ ആവശ്യമാണ്.

വേഗത്തിൽ കണക്കു കൂട്ടാനും ഗണിത പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാനും ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന ഒരു യന്ത്രം എന്നതിൽനിന്ന് ആശയവിനിമയം, ചികിത്സ, വിനോദം, ബിസിനസ്സ്, സിനിമ, ഡിഫൻസ്, വിദ്യാഭ്യാസം എന്നിങ്ങനെ ജീവിതത്തിന്റെ സമസ്ത തലങ്ങളെയും സ്പർശിക്കുന്ന ഒഴിച്ചു കൂടാനാകാത്ത സാമഗ്രിയായി കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ മാറിയിരിക്കുന്നു. സോഫ്റ്റ് വെയർ ഡവലപ്പേഴ്സ്, ഡേറ്റാ ബേസ് അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റേഴ്സ്, നെറ്റ് വർക്ക് പ്രൊഫഷനലുകൾ, ഇൻഫർമേഷൻ സിസ്റ്റം മാനേജേഴ്സ് തുടങ്ങിയവർക്ക് ഒട്ടേറെ തൊഴിലവസരങ്ങൾ ഉണ്ട്.

IT തൊഴിൽ മേഖല വളരെയേറെ വളർന്നിരിക്കുന്നു.

സോഫ്റ്റ് വെയർ എഞ്ചിനീയറിംഗ്

ക്ലൗഡ് കംപ്യൂട്ടിങ്ങ്

ഐടി കൺസൾട്ടൻസി

ബിസിനസ്സ് അനലിറ്റിക്സ്

നെറ്റ് വർക്ക് അഡ്മിനിസ്ട്രേഷൻ

വെബ് ഡവലപ്മെന്റ്

സോഫ്റ്റ് വെയർ ടെസ്റ്റിങ്ങ്

മൊബൈൽ ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡവലപ്മെന്റ്

ജോഗ്രഫിക്കൽ ഇൻഫർമേഷൻ സിസ്റ്റംസ്

ഇന്റർനെറ്റ് ഓഫ് തിംഗ്സ്

ഓട്ടോമേഷൻ

റോബോട്ടിക്സ് ആന്റ് ആർട്ടിഫിഷൽ ഇന്റലിജൻസ്

ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്

സൈബർ സെക്യൂരിറ്റി

സൈബർ ലോ

IPR (ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശ നിയമം) Intellectual Property Rights

ആനിമേഷൻ ആന്റ് ഗെയിം ഡെവലപ്പിംഗ്

ബ്ലോക്ക് ചെയിൻ സാങ്കേതിക വിദ്യ. കൂടതൽ വിവരങ്ങൾക്ക് അതാതു സൈറ്റുകളിൽ ലഭ്യമാണ്.

കമ്പ്യൂട്ടർ സയൻസ് പഠനം പ്രധാനമായും രണ്ടു രീതികളിലാണ്.

Track- A

BCA / BSC Maths/Physics/Chemistry/Statistics - BScIT/Computer Science (CS)

MSc CS/ MCA

MPhil/PhD

Track- B

BTech Computer Science/ IT

MTech CS

MPhil/PhD

Physics, Mathematics, Statistics തുടങ്ങിയ വിഷയങ്ങളിൽ MSc നേടിയവർക്കും ഇതര വിഷയങ്ങളിൽ IT/CSനേടിയ വർക്കും കമ്പ്യൂട്ടർ സയൻസിൽ MTechനു ചേരാവുന്നതാണ്. കേരളത്തിലെ പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇവിടെ ചേർക്കുന്നു.

Indian Institute of Information Technology(IIIT) & Management, Thiruvananthapuram, Kerala

National Institute of Techology (NIT), Calicut

Cochin University of Science & Technology - (CUSAT)

College of Engineering, Thiruvananthapuram

IIIT, Kottayam

IIIT, Palakkad

Govt. Engineering College, Trichur

ഇന്ത്യയിലെ മികച്ച സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇവയാണ്.

IISc, Bangalore

IIT, Bombay, Kharagpur, Kanpur, Madras

IIIT, Hyderabad

BITS, Pilani

NIT, Trichy & Warangal

ഉയർന്ന ചിന്തകളോടെ മികച്ച സ്ഥാപനങ്ങളിൽ പഠിച്ചു യോഗ്യരാകുക. ചെയ്യുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ, പഠിക്കുന്ന തൊഴിലിൽ കൂടുതൽ മികവു നേടാനും കാലാനുസൃതമായി മാറ്റങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളാനും പഠിക്കുവാനും ഉള്ള അറിവിന്റെ യുവത്വം കാത്തു സൂക്ഷിക്കുക. അവസരങ്ങൾ നിങ്ങളെ കാത്തിരിക്കുകയും സ്വാഗതം ചെയ്യുകയും ചെയ്യും. ●



ജോൺ കുര്യൻ വടക്കേക്കര
Ph: 94474 35091
image.jkmrt@gmail.com



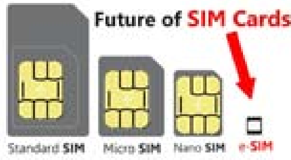
സ്മാർട്ട് ഫോൺ ചാർജ്ജ് കൂടുതൽ നേരം ലഭിക്കാൻ

സ്മാർട്ട്ഫോണുകളുടെ പ്രധാന പ്രശ്നം ദീർഘ നേരം ബാറ്ററി ചാർജ്ജ് നിൽക്കാത്തതാണ്. എന്നാൽ ചില കാര്യങ്ങൾ പരീക്ഷിച്ചാൽ ഒരു പരിധി വരെ ഫോണിലെ ചാർജ് വേഗം കുറയാതിരിക്കാൻ സഹായിക്കും. റീചാർജ് ചെയ്യുന്നതിന് മുമ്പ് ബാറ്ററി ഏകദേശം പൂർണമായും ശൂന്യമാക്കുക. ഇങ്ങനെ ചെയ്യുന്നതിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബാറ്ററി സെല്ലുകളുടെ ആയുസ്സ് പരമാവധി വർദ്ധിപ്പിയ്ക്കാനാകും. മാത്രമല്ല ബാറ്ററിയുടെ ചാർജ് വഹിക്കുവാനുള്ള ശേഷിയെ കൂടുതൽ പോഷിപ്പിയ്ക്കാനും ഇങ്ങനെ സാധ്യമാണ്.

എപ്പോഴും നിങ്ങളുടെ ബാറ്ററി വൃത്തിയായി സൂക്ഷിയ്ക്കുക. സ്ഥിരമായി ഇയർ ബഡ്സ് പോലെയുള്ള വസ്തുക്കൾ ആൽക്കഹോളിൽ മുക്കി ബാറ്ററിയുടെ കണക്റ്റ് ചെയ്യുന്ന ഭാഗം വൃത്തിയാക്കുക. ഉപയോഗമില്ലാത്ത സമയങ്ങളിൽ ബ്ലൂടൂത്ത്, ഡാറ്റാ റിസീവർ തുടങ്ങിയവ ഓഫ് ചെയ്താൽ അത്രയും ചാർജ് ലാഭിയ്ക്കാം.

ബാറ്ററി ഉപയോഗം കൂടുതലുള്ള മീഡിയാ ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ ഉപയോഗിയ്ക്കാതിരിയ്ക്കുക. കീപാഡ് ടോൺ പോലെയുള്ള അനാവശ്യ ശബ്ദങ്ങൾ ഓഫ് ചെയ്യുക. റിംഗ് ടോൺ, മെസ്സേജ് ടോൺ തുടങ്ങിയവ മാത്രം ഉപയോഗിയ്ക്കുക. ഫോണിന്റെ ബ്രൈറ്റ്നെസ്, ബാക്ക് ലൈറ്റ് തുടങ്ങിയവയുടെ തീവ്രത കഴിവതും കുറയ്ക്കുക. കൂടാതെ സ്ക്രീൻ സേവറുകളും മാറ്റുക. റെയ്ഞ്ച് ഇല്ലാത്ത സ്ഥലങ്ങളിൽ കഴിവതും ഫോൺ ഓഫ് ചെയ്ത് വയ്ക്കുക.

സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾക്കായി ഇ–സിം



സ്മാർട്ട് ഫോണുകളിലെ സിം കാർഡുകളിലും മാറ്റം വരികയാണ്. മൈക്രോ സിമ്മിൽ നിന്ന് മിനി സിമ്മായി അതിൽ നിന്ന് നാനോയായി ഇപ്പോഴിതാ സിം കാർഡ് സ്മാർട്ടായി ഇ–സിം ആയിമാറിയിരിക്കുകയാണ്. ഓരോ ഫോണിലും സിമ്മിനു പകരമായി പുതിയ നിലവാരത്തിലുള്ള ഇലക്ട്രോണിക് ചിപ്പ് അഥവാ എംബെഡ്ഡഡ് സിം (ഇ–സിം) ഉണ്ടാകും.

ഇ–സിം കൊണ്ടുള്ള പ്രധാന ഗുണം വിവിധ കണക്ഷനുകൾക്കു വേണ്ടി വെവ്വേറെ സിമ്മുകൾ കൊണ്ടു നടക്കേണ്ട എന്നതാണ്. ഒരു ഫോണിനു ഒരു സിം കാർഡ് മതിയാകും. ഒരു നമ്പരും ഒരു പ്ലാനും വിവിധ ഡിവൈസുകളിൽ ഉപയോഗിക്കാം എന്നത് ഇ–സിമ്മിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്. പുതിയ കണക്ഷൻ എടുക്കുമ്പോഴും വേറെ രാജ്യത്തേക്കും കടക്കുമ്പോഴും സിം മാറ്റി ഇടേണ്ട കാര്യമില്ല. അതാതു രാജ്യങ്ങളിലെ മൊബൈൽ സർവീസ് ദാതാക്കളിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുന്ന ഐ ഡി ഫോണിൽ മാറ്റി നൽകിയാൽ മതിയാകും.

ബാങ്കിങ് സേവന രംഗത്ത് ഗൂഗ്ൾ

ഇന്ത്യയിലെ ബാങ്കിങ് സേവന രംഗത്ത് പിടിമുറുക്കാനൊരുങ്ങി ഐടി ഭീമനായ ഗൂഗ്ൾ. ഇന്ത്യൻ ബാങ്കുകളുമായി സഹകരിച്ച് തങ്ങളുടെ ഡിജിറ്റൽ പേമെന്റ് സംവിധാനത്തിലൂടെ അതിവേഗ ലോൺ സൗകര്യം ഒരുക്കാനാണ് ഗൂഗിളിന്റെ പദ്ധതി. പുതിയ പദ്ധതിയിലൂടെ ഇന്ത്യയിലെ കോടിക്കണക്കിന് ആളുകൾക്ക് ബാങ്കിങ് സേവനം ലഭ്യമാവുമെന്ന് നെക്സ്റ്റ് ബില്ല്യൻ ഇനീഷ്യേറ്റീവ് വൈസ് പ്രസിഡന്റ് സെസാർ സെൻ ഗുപ്ത അവകാശപ്പെട്ടു.

തേസ് എന്ന പേരിൽ കഴിഞ്ഞ വർഷമാണ് ഗൂഗ്ൾ തങ്ങളുടെ പേമെന്റ് ആപ്പിന് തുടക്കമിട്ടത്. സർക്കാർ സംവിധാനമായ യൂനിഫൈഡ് പേമെന്റ്സ് ഇന്റർഫേസുമായി സഹകരിച്ചാണ് ആപ്പ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഗൂഗ്ൾ പേ എന്ന പേരിലാണ് ഇനി തേസ് അറിയപ്പെടുക. ഫെഡറൽ, എച്ച്ഡിഎഫ്സി, ഐസിഐസിഐ, കോടാക് മഹീന്ദ്ര ബാങ്കുകളുമായി സഹകരിച്ചാണ് ആപ്പിന്റെ ഉപയോക്താക്കൾക്ക് ഇൻസ്റ്റന്റ് ലോണുകൾ ലഭ്യമാക്കുക.

ഫ്ളിപ്കാർട്ട് വീഡിയോ സ്ട്രീമിഗ് രംഗത്തേക്ക്

വീഡിയോ സ്ട്രീമിംഗ് സേവനങ്ങൾക്കു ലഭിക്കുന്ന സ്വീകാര്യത തിരിച്ചറിഞ്ഞ് ഈ രംഗത്തു ചുവടുറപ്പിക്കാനൊരുങ്ങുകയാണ് ഇ-കൊമേഴ്സ് കമ്പനിയായ ഫ്ലിപ്കാർട്ട്. നെറ്റ്ഫ്ലിക്സ്, ആമസോൺ, പ്രൈം വീഡിയോ തുടങ്ങിയവയുടെ മാതൃകയിൽ ഡിജിറ്റൽ എന്റർടെയ്ൻമെന്റ് കമ്പനിയായ ഹോട്ട്സ്റ്റാറുമായി ചേർന്നാണ് പുതിയ സംരംഭത്തിന് തുടക്കം കുറിക്കുന്നത്. ഹോട്ട്സ്റ്റാറിന്റെ സഹകരണത്തോടെ ഫ്ലിപ്കാർട്ട് ജൂലൈയിൽ വീഡിയോ അഡ്വർടൈസ്മെന്റ് പ്ലാറ്റ്ഫോം ആരംഭിച്ചിരുന്നു.

വിക്രം സഖൂജാ വീണ്ടും ദി അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബ്ബിന്റെ പ്രസിഡന്റ്

ദി അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബിന്റെ പ്രസിഡന്റായി വിക്രം സഖൂജായെ (ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസർ മാഡിസൺ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ) വീണ്ടും തിരഞ്ഞെടുത്തു. അജയ് കാക്കർ (സി.എം.ഒ. ഫിനാൻഷ്യൽ സർവീസസ്, ആദിത്യ ബിർളാ ഗ്രൂപ്പ്) വൈസ് പ്രസിഡന്റ്, ശശി സിൻഹ (സി.ഇ.ഒ. ഐപിജി മീഡിയ ബ്രാൻഡ്) സെക്രട്ടറി, മിത്രജിത്ത് ഭട്ടാചാര്യ (ഹൊറോലോജിസ്റ്റ്സ് പ്രസിഡന്റ് & പബ്ലീഷർ, ചിത്രലേഖ ഗ്രൂപ്പ്) ജോയിന്റ് സെക്രട്ടറി, ഡോ.ബഷീർ ദാസ് (എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രസിഡന്റ്, ദൈനിക് ഭാസ്കർ) ട്രഷറർ എന്നിവരും വീണ്ടും തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു.

ASCI യുടെ പുതിയ ഭാരവാഹികൾ





ആദിത്യ ബിർള ഗ്രൂപ്പിന്റെ എക്സ്ക്യൂട്ടീവ് പ്രസിഡന്റായ ഡി. ശിവകുമാറിനെ ASCI യുടെ പുതിയ ചെയർമാനായി തെരഞ്ഞെടുത്തു. രോഹിത് ഗുപ്ത (President - Network Sales & International Business, Sony Pictures Networks India Pvt Ltd,) വൈസ് ചെയർമാനായും ശശിധർ സിൻഹ (CEO, Media Brands Pvt Ltd.) ട്രഷററായും തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു.

ഹരീഷ് ഭട്ട് (Director, Tata Global Beverages Ltd), സുഭാഷ് കമ്മത്ത് (Managing Partner, BBH Communications India Pvt Ltd), സന്ദീപ് കോഹ്ലി (Executive Director & Vice President for Personal Care Hindustan Unilever Ltd), എസ്. കെ.പലേക്കർ (Professor & Advisor – Executive Education Institute of Management Technology), എൻ.എസ്. രാജൻ (Managing Director, Ketchum Sampark Pvt Ltd), കെ.വി. ശ്രീധർ (Founder & Chief Creative Officer (Director), Hyper Collective Creative Technologies Pvt Ltd), അമ്പാന്തി ശങ്കരനാരായണൻ (Former Vice Chairperson, CIABC), ഗിരീഷ് അഗർവാൾ (Director, Dainik Bhaskar Group), മധുസൂദനൻ ഗോപാലൻ (CEO, Procter & Gamble Hygiene and Health Care Ltd), പ്രസൂൺ ബാസു (President - South Asia Nielsen (India) Pvt. Ltd.), ശിവകുമാർ സുന്ദരം (President-Revenue Bennett, Coleman & Co. Ltd), വികാസ് അഗ്നിഹോത്രി (Director Sales, Google India Pvt. Ltd) ഉമേഷ് ശ്രീകാന്ത് (CEO, Taproot India Comm. P. Ltd) എന്നിവരെ ബോർഡ് മെമ്പർമാരായും തിരഞ്ഞെടുത്തു.

വ്യാജ പരസ്യങ്ങൾക്കെതിരെ ഗൂഗിൾ

വ്യാജ പരസ്യങ്ങൾക്കെതിരെ നടപടിയെടുക്കുകയാണ് ഗൂഗിൾ. വ്യവസ്ഥകൾ ലംഘിച്ചതിന്റെ പേരിൽ സെക്കൻഡിൽ നൂറിലധികം വ്യാജ പരസ്യങ്ങളാണ് നീക്കം ചെയ്യുന്നതെന്ന് ഗൂഗിളിന്റെ ഗ്ലോബൽ പ്രൊഡക്റ്റ് പോളിസി ഡയറക്ടർ ഡേവിഡ് ഗ്രാഫ് വ്യക്തമാക്കി. അതേസമയം പരസ്യ ദാതാക്കളുടെ വിശ്വാസ്യത ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനായുള്ള ചില വേരിഫിക്കേഷൻ പ്രോഗ്രാമുകളും നീക്കങ്ങളും ഗൂഗിൾ ചെയ്ത് തുടങ്ങി.

ഗൂഗിളിന്റെയും ആപ്പിളിന്റെയും പരസ്യ സേവനങ്ങളുടെ മറവിൽ തട്ടിപ്പുകാർ പരസ്യങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നുവെന്ന് വാൾ സ്ട്രീറ്റ് ജേണലിൽ വാർത്ത പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. കഴിഞ്ഞ വർഷം 3.20 ബില്യൺ പരസ്യങ്ങളാണ് വ്യവസ്ഥകൾ ലംഘിച്ചതിന് ഗൂഗിൾ നീക്കം ചെയ്തത്.

ജി.എസ്.ടി പരസ്യങ്ങൾക്ക് കേന്ദ്രം ചെലവാക്കിയത് 132 കോടി

ജി എസ് ടി നടപ്പാക്കിയപ്പോൾ അച്ചടി മാധ്യമങ്ങളിലെ പരസ്യ പ്രചാരണങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി കേന്ദ്ര സർക്കാർ ചെലവഴിച്ചത് 132 കോടി രൂപ. വിവരാവകാശ നിയമ പ്രകാരം കേന്ദ്ര വാർത്ത വിനിമയ വകുപ്പ് നൽകിയ മറുപടിയിലാണ് ഈ തുക ചെലവഴിച്ചതിനെ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ വ്യക്തമാക്കിയിരിക്കുന്നത്. ജി എസ് ടിയുടെ ഗുണഗണങ്ങൾ ജനങ്ങളിൽ എത്തിക്കുന്നതിന് അമിതാഭ്ബച്ചനെ ബ്രാൻഡ് അംബാസഡറായും നിയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഔട്ട്ഡോർ പബ്ലിസിറ്റിക്ക് മാത്രം ചെലവഴിച്ചത് അഞ്ചു കോടി രൂപയാണ്. എന്നാൽ ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിൽ പരസ്യത്തിനായി തുക ചെലവഴിച്ചിട്ടില്ലെന്നാണ് വ്യക്തമാക്കുന്നത്.

വ്യാജ വാർത്തകൾ കണ്ടെത്തുന്നതിനുള്ള കാമ്പയിൻ

വ്യാജ വാർത്തകൾ മറികടക്കാനുള്ള ശ്രമത്തിൽ, വാട്സ്ആപ്പ് ഇന്ത്യയിലുള്ള രണ്ടാം ഘട്ട റേഡിയോ പരസ്യ കാമ്പെയ്നുകൾ പുറത്തുവിടുന്നു. ആസാം, ത്രിപുര, പശ്ചിമബംഗാൾ, ഗുജറാത്ത്, കർണാടക, മഹാരാഷ്ട്ര, ആന്ധ്രാപ്രദേശ്, തെലുങ്കാന, ഒറീസ, തമിഴ്നാട് എന്നിവിടങ്ങളിൽ 83 റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകളിലായാണ് റേഡിയോ പരസ്യങ്ങൾ.

ആസാമീസ്, ബംഗാളി, ഗുജറാത്തി, കന്നഡ, മറാത്തി, തെലുങ്ക്, ഒറിയ, തമിഴ് എന്നീ എട്ട് പ്രാദേശിക ഭാഷകളിലായി ഈ ക്യാമ്പയിനുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. വാട്സാപ്പ് വഴി ലഭിക്കുന്ന സന്ദേശത്തിന്റെ യാഥാർത്ഥ്യം അറിഞ്ഞതിനുശേഷമെ മറ്റൊരാൾക്ക് കൈമാറാവൂ എന്നതാണ് ഈ കാമ്പെയിനിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

ടെമാസെക്കുമായി ഇൻഫോസിസ് ലയിക്കുന്നു

സിംഗപ്പൂരിലെ സ്റ്റേറ്റ് ഇൻവെസ്റ്ററായ ടെമാസെക്കുമായി ചേർന്ന് സംയുക്ത സംരംഭം രൂപീകരിച്ചതായി ഇന്ത്യയിലെ രണ്ടാമത്തെ വലിയ ഐടി കമ്പനി ഇൻഫോസിസ് ലിമിറ്റഡ് അറിയിച്ചു. ഇതിലൂടെ തെക്ക് കിഴക്ക് ഏഷ്യയിൽ തങ്ങളുടെ സാന്നിധ്യമെത്തിക്കുകയാണ് ഇൻഫോസിസ്. ഇൻഫോസിസിന് 60 ശതമാനം ഓഹരികളും, ടെമാസെക്കിന് 40 ശതമാനം ഓഹരികളുമാണ് സംയുക്ത സംരംഭത്തിലുള്ളത്. ഇതിലൂടെ തങ്ങളുടെ ഐടി സേവനങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ സാധിക്കുമെന്ന പ്രതീക്ഷയിലാണ് ടെമാസെക്ക്. സിംഗപ്പൂരിലെ ടെമാസെക്ക് യൂണിറ്റായ ട്രസ്റ്റഡ് സോഴ്സ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെയും ഇൻഫോസിസിന്റെ ടീമിനെയും സമന്വയിപ്പിച്ചായിരിക്കും സംയുക്ത സംരംഭം പ്രവർത്തിക്കുന്നത്.

GIC പത്താം സ്ഥാനം നേടി

GIC ലോകത്തിലെ 40 വലിയ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികളുടെ പട്ടികയിൽ പത്താം സ്ഥാനം നേടി. സ്റ്റാൻഡേർഡ് ആന്റ് പുവേഴ്സ് ആണ് പട്ടിക തയ്യാറാക്കിയത്. കഴിഞ്ഞ സാമ്പത്തിക വർഷത്തെ പ്രീമിയം ആധാരമാക്കിയാണ് പട്ടിക തയ്യാറാക്കിയത്. GIC കഴിഞ്ഞ വർഷം 41,799 കോടി രൂപയുടെ പ്രീമിയം നേടി. ഇത് കഴിഞ്ഞ വർഷത്തേക്കാൾ 24.5 ശതമാനം കൂടുതലായിരുന്നു. മലയാളിയായ ആലീസ് വൈദ്യനാണ് GIC യുടെ ചെയർമാനും മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറും.

ഇമെയിൽ 'ഇൻബോക്സ്' സേവനങ്ങൾ 2019 മാർച്ചിൽ അവസാനിക്കുമെന്ന് ഗൂഗിൾ

ഗൂഗിളിന്റെ ഇമെയിൽ ആപ്ലിക്കേഷനായ ഇൻബോക്സ് നിർത്താൻ തീരുമാനമായി. 'ഇൻബോക്സ്' സേവനങ്ങൾ 2019 മാർച്ചിൽ അവസാനിക്കുമെന്ന് ഗൂഗിൾ ഔദ്യോഗികമായി അറിയിച്ചു. നിലവിൽ ഇൻബോക്സ് ഉപയോഗിക്കുന്നവർക്ക് ജിമെയിലിലേക്ക് മാറാമെന്നും ഗൂഗിൾ വ്യക്തമാക്കുന്നു. 2014ലാണ് ഗൂഗിൾ മെയിൽ ആപ്ലിക്കേഷനായ ഇൻബോക്സ് ആരംഭിക്കുന്നത്. ജിമെയിലിനൊപ്പം ഉപയോഗിക്കാവുന്ന മൊബൈൽ ഫ്രണ്ട്ലിയായ കൂടുതൽ ഫീച്ചേഴ്സുള്ള ആപ്ലിക്കേഷൻ എന്ന നിലയിലായിരുന്നു ഇൻബോക്സിനെ അവതരിപ്പിച്ചത്. ലക്ഷ്യമിട്ട നിലയിലേക്ക് ആപ്ലിക്കേഷൻ വളരാതിരുന്നതാണ് ഇൻബോക്സ് നിർത്താൻ ഗൂഗിളിനെ പ്രേരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നതെന്നാണ് സൂചന.

മീഡിയ / വിനോദ വ്യവസായ മേഖല 10.9 ശതമാനം വളർച്ച കൈവരിച്ചു

കെ.പി.എം. മീഡിയ എന്റർടെയിൻമെന്റ് റിപ്പോർട്ടു പ്രകാരം 2017-18ൽ 10.09 ശതമാനം വളർച്ച കൈവരിച്ച് 1,436 ബില്യൺ രൂപയായി ഉയർന്നു. ഡിജിറ്റൽ യൂസർ ബേസിലുണ്ടായ അതിവേഗ വളർച്ചയാണ് ഇതിനു സഹായകമായത്. സിനിമകൾ, ഡിജിറ്റൽ പരസ്യം, അനിമേഷൻ, വിഎഫ്എക്സ്, ഗെയിമിംഗ്, സംഗീതം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ വളർച്ചാനിരക്ക് പ്രകടമായിരുന്നു.

നോട്ടുപിൻവലിക്കൽ, ചരക്കുസേവന നികുതി (GST), റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് (റെഗുലേഷൻ ആന്റ് ഡെവലപ്മെന്റ്) ആക്ട് (RERA) എന്നിവ മൂലം വളർച്ചയുടെ വേഗത കുറയുകയുണ്ടായെങ്കിലും അഡ്വർടൈസിംഗ് ഇൻഡസ്ട്രി 11.5 ശതമാനം വാർഷിക വളർച്ച നേടി. ഇത് 2018-23 കാലഘട്ടത്തിൽ 13.1 ശതമാനം വാർഷിക വളർച്ചാനിരക്കായി (CAGR-Compund Anuual Grouth Rate) വളരുമെന്നും 2023 ആകുമ്പോഴേക്കും 2,660.2 കോടിയായി ഉയരുമെന്നും പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നു.

ടെലിവിഷൻ:

2017-18 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ ടിവി 10.4 ശതമാനം വളർച്ച കൈവരിച്ച് 224 ബില്യൺ രൂപയായി. കൂടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ടി.വി വ്യാപനവും പരസ്യക്കാരുടെ വർദ്ധിക്കുന്ന ഡിമാൻഡും ആഭ്യന്തര ഉപഭോഗത്തിലെ വളർച്ചയും മെച്ചപ്പെട്ട വിതരണ സംവിധാനങ്ങളും ങ്ങളും ഈ വളർച്ചയെ പിന്തുണക്കുന്നു. അടുത്ത വർഷം ഇത് (CAGR) 12.6 ശതമാനമായി വളരുമെന്നു പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

പ്രിന്റ്:

ടിവിയുടെ അതേ വെല്ലുവിളികളാണ് പ്രിന്റ് മീഡിയയിലും കാണുന്നത് എന്നാൽ, പ്രഭാവം കൂടുതൽ പ്രതികൂലമായ അവസ്ഥയിലായിരുന്നു. ഇത് 3.4 ശതമാനം വളർച്ചാനിരക്കോടെ 318.9 ബില്യൺ ആയി. ഹിന്ദിയും പ്രാദേശിക പത്രങ്ങളും യഥാക്രമം 4.2 ശതമാനവും 4.6 ശതമാനവും വളർച്ച കൈവരിച്ചു. ഇംഗ്ലീഷ് പത്രം പരമാവധി 1.5 മടങ്ങ് വർദ്ധിച്ചതായാണ് കണക്കുകൾ.

സിനിമ:

കുറെ വർഷങ്ങളിലെ മാന്ദ്യത്തിനു ശേഷം ഈ മേഖലയിൽ 9.6 ശതമാനം വളർച്ചയാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയത്. തമിഴ്, തെലുങ്ക്, മലയാളം തുടങ്ങിയ പ്രാദേശിക ഭാഷാ ചിത്രങ്ങളിൽ നിന്നാണ് ഈ വളർച്ച ഉണ്ടായത്. ബോളിവുഡ്-ബോക്സ് ഓഫീസ് വരുമാനം ഫ്ളാറ്റ് ആയിരുന്നു. ഡിജിറ്റൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ നിന്നുള്ള ഡിമാൻഡ് വർദ്ധിച്ചതും വിദേശ വിതരണ വരുമാനം വർദ്ധിക്കുന്നതും സഹായകമായി.

ഡിജിറ്റൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് :

രാജ്യത്ത് ഡിജിറ്റൽ മേഖല മെച്ചപ്പെട്ട തോതിൽ അതിവേഗം വളരുകയാണ്. ഡിജിറ്റൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഈ സാമ്പത്തിക വർഷം 35 ശതമാനം വളർച്ച കൈവരിച്ച് 116.3 ബില്യൺ രൂപയായി. നഗര, ഗ്രാമ വ്യത്യാസങ്ങളില്ലാതെ മൊബൈൽ ഫോണുകളുടെ വ്യാപനം വർദ്ധിക്കുന്നത് ഈ നേട്ടത്തിന് പ്രധാന കാരണമാണ്. 2023 ആകുമ്പോഴേക്കും ഈ വളർച്ച 434.9 ബില്യണായി ഉയരുമെന്നും പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നു.

ഗെയിമിംഗ്:

സ്മാർട്ട്ഫോണുകളുടെ വർദ്ധിച്ച ഉപയോഗം, ഡാറ്റയുടെ വിലക്കുറവ്, ഡിജിറ്റൽ പേയ്മെന്റുകളുടെ സ്വീകാര്യത തുടങ്ങിയവ ഗെയിമിംഗ് രംഗത്ത് ഗണ്യമായ വളർച്ചയ്ക്ക് കാരണമായി. ഈ സാമ്പത്തിക വർഷം 35.1 ശതമാനം വളർച്ച കൈവരിച്ച് 43.8 ബില്യൺ രൂപയായി. ഓൺലൈൻ ഗെയിമുകൾ കളിക്കുന്നവരിൽ 90 ശതമാനവും ഉപയോഗിക്കുന്നത് സ്മാർട്ട്ഫോണുകളും ടാബ്ലറ്റുകളുമായതിനാൽ ഈ രംഗത്തെ വരുമാനത്തിന്റെ 89 ശതമാനവും സംഭാവന ചെയ്യുന്നത് മൊബൈൽ ഗെയിമിംഗാണ്.

യൂട്യൂബും വെസ്റ്റേൺ ഡിജിറ്റലും





ആഗോള വീഡിയോ പ്ലാറ്റ് ഫോം ആയ യൂട്യൂബും വെസ്റ്റേൺ ഡിജിറ്റലും കരാറിലേർപ്പെട്ടു. കരാർ അനുസരിച്ച് സാൻഡിസ്ക് മൈക്രോ എസ്ഡി, സാൻഡിസ്ക് അൾട്രാ മൈക്രോ എസ്ഡി, യുഎച്ച് എസ്1 എന്നീ കാർഡുകൾ ഇനി മുതൽ പ്രീലോഡഡ് ആയി ലഭിക്കും. കാർഡ് ഉപയോഗിച്ച് ഇഷ്ടപ്പെട്ട ജനകീയ വിനോദ പരിപാടികൾ യൂട്യൂബിൽ കാണാം.

ഇഷ്ടപ്പെട്ട വിനോദ പരിപാടികൾ ഒപ്പം കൊണ്ടു നടക്കാം എന്നതാണ് പ്രത്യേകത. സിനിമ ക്ലിപ്, ഷോർട്ട്ഫിലിം എന്നിവ വീഡിയോ ദൃശ്യങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഡാറ്റാ ചാർജിനെപ്പറ്റി പേടി കൂടാതെ മൈക്രോ എസ്ഡി കാർഡ് ഉപയോഗിച്ച് ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യാം എന്നതാണ് മറ്റൊരു പ്രത്യേകത. എവിടേയും ഏതു സമയത്തും തുടർച്ചയായി നാലുമണിക്കൂർ വിനോദ പരിപാടികൾ കാണാൻ കഴിയും. ആൻഡ്രോയ്ഡ് സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾക്ക് കാർഡ് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ 100 എംബി ട്രാൻസ്ഫർ സ്പീഡ് വരെ ലഭിക്കും. സാൻഡിസ്ക് അൾട്രാ മൈക്രോ എസ്ഡി യുഎച്ച്എസ്1 കാർഡിന് 10 കൊല്ലത്തെ വാറന്റി ഉണ്ട്.128 ജിബി വരെ ലഭ്യം. സാൻഡിസ്ക് അൾട്രാ മൈക്രോ എസ്ഡി 16 ജിബിയ്ക്ക് 850 രൂപയും, 32 ജിബിയ്ക്ക് 1550 രൂപയും 64 ജിബിയ്ക്ക് 2850 രൂപയും 128 ജിബിയ്ക്ക് 5650 രൂപയും ആണ് വില. സാൻഡിസ്ക് മൈക്രോ എസ്ഡി കാർഡിന് അഞ്ചു വർഷത്തെ ലിമിറ്റഡ് വാറന്റി ഉണ്ട്. 16 ജിബിയ്ക്ക് 590 രൂപയും 32 ജിബിയ്ക്ക് 1090 രൂപയുമാണ് വില.



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

Editorials of the month

മംഗളം സെപ്തംബർ10, 2018

നീതിനിർവഹിക്കാൻ യോഗ്യതയുള്ളവർ വരണം

നീതിയുടെ വിതരണം തുല്യമായി വേണമെന്നാണ് സങ്കൽപ്പം. അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ് നീതിദേവതയുടെ കണ്ണുകൾ മറച്ചിരിക്കുന്നത് ഈ വിതരണത്തിലെ തുല്യതയിൽ പരിഗണനകൾ വരാതിരിക്കാൻ. നീതിയുടെ വിതരണത്തിലെ അസന്തുലിതാവസ്ഥ നീതിയിലുള്ള ജനങ്ങളുടെ വിശ്വാസം നഷ്ടപ്പെടുത്തും. നീതിന്യായ വ്യവസ്ഥയിൽ ഒരു രാജ്യത്തെ ജനങ്ങൾക്കുള്ള മാനദണ്ഡം ഏകീകൃതമായിരിക്കണം. നീതിന്യായ വ്യവസ്ഥകൾ മാറുമ്പോഴും നീതിയുടെ അളവുകോലുകൾ മാറരുത്. കോടതികൾ പോലെതന്നെ നീതിനിർവ്വഹണത്തിൽ സുപ്രധാനസ്ഥാനമാണ് ഭരണഘടനാസംവിധാനങ്ങളായ വനിതാ കമ്മിഷനുകൾ, ഉപഭോക്തൃഫോറങ്ങൾ, ബാലാവകാശ കമ്മീഷനുകൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കുള്ളത്. എന്നാൽ ഇവയിൽ പലതിന്റെയും തലപ്പത്തുള്ള നിയമനങ്ങൾ രാഷ്ട്രീയ മാനദണ്ഡപ്രകാരമാകുമ്പോൾ ഇവരെടുക്കുന്ന നിലപാടുകൾ പരിഹാസ്യമാകുന്നു. ചില സംഭവങ്ങളിൽ സ്വമേധയാ കേസെടുക്കാനും കേട്ടപാതി പ്രസ്താവനകൾ നടത്താനും തിരക്കുകൂട്ടുന്നവർ ചില സംഭവങ്ങളിൽ മാളത്തിലൊളിക്കുന്നു. അധികാരത്തിലിരിക്കുന്നവർ നീതിനിർവഹണ സംവിധാനങ്ങളുടെ അന്തസ് കാക്കാൻ കടപ്പെട്ടവരാണ്. ആ അന്തസ് നിലനിർത്താൻ സാധിക്കുന്നവരെ മാത്രമേ ഇത്തരം സംവിധാനങ്ങളുടെ തലപ്പത്ത് അവരോധിക്കാവൂ.

മലയാള മനോരമ സെപ്തംബർ 12, 2018

ഇന്ധനവിലയുടെ തുടരാഘാതം

വിലക്കയറ്റംകൊണ്ടു പൊറുതിമുട്ടിയ സാധാരണക്കാർക്കു കൂടുതൽ സാമ്പത്തികക്ലേശം നൽകുന്നതാണ് പെട്രോളിന്റെയും ഡീസലിന്റെയും അനുദിന വിലവർദ്ധന. തുടർച്ചയായ ഇന്ധന വിലക്കയറ്റം നാം ഇതുവരെ അനുഭവിക്കാത്തൊരു സവിശേഷപ്രതിസന്ധി സൃഷ്ടിക്കുന്നു. നിത്യോപയോഗസാധനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ സർവവസ്തുക്കളുടെയും വിലക്കയറ്റമാണ് ആത്യന്തിക ഫലം. ഇന്ധന വില കുതിച്ചുയരുന്നതു ജനങ്ങൾക്കു നൽകുന്നതു ദുരിതമെങ്കിലും കേന്ദ്ര, സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾക്ക് അതു വൻ വരുമാന നേട്ടമാണ് ഉണ്ടാക്കുന്നത്. ഇന്ധന നികുതിയെ ജിഎസ്ടിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്താൻ സംസ്ഥാനം വിസമ്മതിക്കുന്നതിനു കാരണം നികുതി വരുമാനം വൻതോതിൽ കുറയുമെന്ന ആശങ്കയാണെന്നാണു വിലയിരുത്തൽ. ഇപ്പോൾ നികുതി വരുമാനമായി ലഭിക്കുന്ന കോടികളിൽ കുറച്ചെങ്കിലും വേണ്ടെന്നുവയ്ക്കാനുള്ള കേന്ദ്രത്തിന്റെയും സംസ്ഥാനത്തിന്റെയും താൽപര്യക്കുറവ് ജനങ്ങൾക്കുള്ള ആഘാതമായി മാറുന്നുവെന്നതാണു യാഥാർത്ഥ്യം. പലവിധ വിലക്കയറ്റംകൊണ്ടു പൊറുതിമുട്ടിയ ജനം തന്നെയാണ് എണ്ണവിലയുടെ അധികഭാരവും പേറേണ്ടിവരുന്നതെന്നതു സങ്കടകരമാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ജനത്തിനുവേണ്ടിയെന്നു പറഞ്ഞ് അധികാരത്തിലേറിയ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾക്ക് ഈ വിലക്കയറ്റം പിടിച്ചുകെട്ടാനുള്ള ബാധ്യതയുണ്ട്.

ദീപിക സെപ്തംബർ 12, 2018

കറൻസി മൂല്യത്തിലെ കൂപ്പുകുത്തൽ തടയണം

രൂപയുടെ മൂല്യം ദിനം പ്രതിയെന്നോണം ഇടിഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതു രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക കരുത്തിനെക്കുറിച്ചു സംശയമുളവാക്കുക മാത്രമല്ല ഭരണമികവിനെ ചോദ്യം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. മൊത്തം ദേശീയ വരുമാനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലോകത്തെ ആറാമതു സാമ്പത്തിക ശക്തിയെന്ന അഭിമാനകരമായ അവസ്ഥയിലെത്തിയ രാജ്യത്തിന് ഇപ്പോഴത്തെ കറൻസി മൂല്യശോഷണം വലിയ തരിച്ചടിയുണ്ടാക്കും. സാമ്പത്തിക രംഗം അനുസ്യൂതം വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു രാജ്യത്ത് നേരിയ തോതിലുള്ള വിലക്കയറ്റവും അതിനു ചെറിയ സാമ്പത്തിക പ്രത്യാഘാതങ്ങളും ഉണ്ടാകാം. സമ്പദ്ഘടനയെ ഏറെ സ്വാധീനിക്കുന്ന കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി മേഖലകളിൽ കറൻസി വിനിമയ നിരക്കിലുണ്ടാകുന്ന ഇടിവ് ഗുരുതരമായ ഫലമുളവാക്കും. പലിശ നിരക്കു കൂട്ടിയും പുതിയ വിദേശനാണ്യ നിക്ഷേപപദ്ധതികൾ പ്രഖ്യാപിച്ചും ഡോളറിന്റെ ലഭ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചും ഈ പ്രതിസന്ധിയെ അതിജീവിക്കാൻ അടിയന്തിരമായി സർക്കാർ ശ്രമിക്കണം.

ചന്ദ്രിക സെപ്തംബർ 13, 2018

ആശങ്കപ്പെടേണ്ട ഭാവി

മാറ്റത്തിന് മാറ്റമില്ലെന്നും എല്ലാ ചരാചരങ്ങളെയും പോലെ പ്രപഞ്ചവും നാശോന്മുഖമാണെന്നും ശാസ്ത്രവും മതങ്ങളും ഏതാണ്ടൊരേ സ്വരത്തിൽ വിളിച്ചു പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. അത് ശരിവെക്കുംവണ്ണം അടുത്തകാലത്തായി ഭൗമാന്തരീക്ഷ താപനിലയിൽ കാര്യമായ വർദ്ധനയുണ്ടാകുന്നതായി ശാസ്ത്രവും അനുഭവവും മനുഷ്യരെ ഇതിനകം ഓർമ്മപ്പെടുത്തിക്കഴിഞ്ഞു. ഭൂഖണ്ഡാന്തര ഭേദമില്ലാതെ ഇന്ത്യയിലും മറ്റു രാജ്യങ്ങളിലും കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനം മൂലം ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പ്രളയവും വരൾച്ചയും മനുഷ്യകുലത്തെയാകെ ആത്മാർത്ഥമായ തിരിച്ചറിവുകൾക്കും പുനരാലോചനകൾക്കും നിർബന്ധിതമാക്കുന്നുണ്ട്. ആഗോളതാപനം വലിയ വെല്ലുവിളി ഉയർത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുമ്പോൾ അതിനു കാരണമാകുന്ന പരിസ്ഥിതി വിരുദ്ധവും വ്യാവസായികവുമായ ഹരിതഗൃഹവാതകങ്ങളുടെയും കാർബൺ അവശിഷ്ടങ്ങളുടെയും വ്യാപനത്തിനെതിരെ കാര്യമായി ഒന്നും ചെയ്യാൻ നമുക്കാവില്ലെന്ന നഗ്ന യാഥാർത്ഥ്യം. ലോക ഭക്ഷ്യ സംഘടനയായ ഡബ്ല്യു.എഫ്.പിയുടെ റിപ്പോർട്ടിൽ വരൾച്ചയും പ്രളയം മൂലം ഉണ്ടാകുന്ന കൃഷിനാശവും തന്മൂലമുണ്ടാകുന്ന ഭക്ഷ്യക്ഷാമവുമാണ് ദരിദ്രരുടെ തോത് വർദ്ധിക്കാൻ ഇടയാക്കിയത് എന്ന് വ്യക്തമാക്കുന്നു. ആഗോളതാപനം കുറച്ചുകൊണ്ടുവരുന്നതിനും ദാരിദ്ര്യം ലഘൂകരിക്കുന്നതിനും ഉള്ള നടപടികൾ സ്വീകരിക്കണം. ഇതിനു പരിഹാരം പൊതുജനാവബോധം കൂട്ടുകയും ഇന്ത്യയുൾപ്പെടെയുള്ള വികസ്വര രാജ്യങ്ങൾ അവികസിത രാജ്യങ്ങളുടെ സഹകരണത്തോടെ ശക്തമായ പാരിസ്ഥിതിക ഇടപെടലുകൾ നടത്തുകയുമാണ്.

മാതൃഭൂമി സെപ്തംബർ 14, 2018

ആവശ്യം അപകടരഹിതമായ ഔഷധത്തിന്റെ സംസ്കാരം

ഉപയോഗിക്കുന്നവരുടെ ക്ഷേമം കണക്കിലെടുക്കാതെ ലാഭത്തിനുവേണ്ടി മാത്രം ഔഷധങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു വിറ്റഴിക്കുന്നത് ഇന്ത്യയിലെ പൊതുജനാരോഗ്യരംഗം നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ വെല്ലുവിളികളിലൊന്നാണ്. അതിനെതിരേയുള്ള ശക്തമായ നടപടിയാണ് ഹാനികരമായ 328 മരുന്നു സംയുക്തങ്ങളുടെ നിർമ്മാണവും വിപണനവും നിരോധിച്ചുകൊണ്ടുള്ള കേന്ദ്രസർക്കാർ ഉത്തരവ്. പരമ്പരാഗത രോഗങ്ങളുടെ സ്ഥാനത്ത് കുടുതൽ സങ്കീർണമായ രോഗങ്ങൾ കടന്നുവന്നതോടെയാണ് രണ്ടിലധികം ചേരുവകുള്ള മരുന്നു സംയുക്തങ്ങളെപ്പറ്റി ആരോഗ്യലോകം ആലോചിച്ചു തുടങ്ങിയത്. ആവശ്യമുള്ളതും ഇല്ലാത്തതുമായ ചേരുവകളുമായി മരുന്നു സംയുക്തങ്ങൾ വിപണി നിറഞ്ഞു. ഔഷധവില നിയന്ത്രണം മറികടക്കാനുള്ള കുറുക്കുവഴിയായും അത് ഉപയോഗിക്കപ്പെട്ടു. ഇരുപത്തഞ്ചിൽ താഴെ സംയുക്തങ്ങളാണ് ലോകത്താകമാനം അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടതെന്നിരിക്കെ ഇന്ത്യയിലേത് ആയിരത്തിനും മുകളിലായി. നിരോധനം ഫലപ്രദമായി നടക്കുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്താൻ ബന്ധപ്പെട്ടവർക്കു കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ ഈ നിയമ യുദ്ധം അർത്ഥശൂന്യമായിത്തീരും. കുഴപ്പങ്ങളുണ്ടാക്കാൻ സാധ്യതയുള്ള ഇത്തരം മരുന്നുകൾ ഒരെണ്ണംപോലും ഇനി രോഗികളിലെത്താതിരിക്കുകയും വേണം. ഏതൊക്കെ മരുന്നുകളാണ് നിരോധനപ്പട്ടികയിലുള്ളതെന്നു സമൂഹത്തെ പരമാവധി ബോധ്യപ്പെടുത്തുന്നതിനും നടപടികൾ ആവശ്യമാണ്. അപകടകരമായ മരുന്നുപയോഗസംസ്കാരം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിന് പുതിയ സാഹചര്യം വഴിയൊരുക്കട്ടെയെന്നു പ്രത്യാശിക്കാം.

മാധ്യമം സെപ്തംബർ 19, 2018

മൂർച്ഛിക്കുന്ന ഗതാഗത പ്രതിസന്ധി

കേരളത്തിലെ ബഹുഭൂരിപക്ഷം വരുന്ന സാധാരണക്കാരുടെ ഗതാഗതപ്രശ്നം വളരെ സങ്കീർണ്ണമായ പതനത്തിലാണ് എത്തിച്ചേർന്നിരിക്കുന്നത്. ഉപജീവനത്തിനും ദൈനംദിനാവശ്യങ്ങൾക്കും ചികിത്സക്കും പഠനത്തിനുമൊക്കെയായി യാത്രചെയ്യാൻ നിർബന്ധിതരായ തൊഴിലാളികൾ, കച്ചവടക്കാർ, അദ്ധ്യാപകർ, വിദ്യാർത്ഥികൾ, സർക്കാർ ജീവനക്കാർ, രോഗികൾ തുടങ്ങിയ ആബാലവൃദ്ധം ജനങ്ങൾക്കും ആശ്രയമായ ബസ് സർവീസ് കെ.എസ്.ആർ.ടി.സി.യായാലും സ്വകാര്യ മേഖലയിലായാലും ആശ്രയിക്കാനോ അവലംബിക്കാനോ കഴിയാത്തവിധം തകിടം മറിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്. കെ.എസ്.ആർടി.സിയുടെ അയ്യായിരത്തോളം വരുന്ന ബസ്സുകളെല്ലാം കൂടി ഏകദേശം പതിനേഴു ലക്ഷം കിലോമീറ്ററുകൾ ഓടാറുണ്ടെന്ന് കണക്കാക്കുന്നു. എന്നാൽ സകല റെക്കാഡും തകർത്തു മുന്നേറുന്ന ഡീസൽ വില വർദ്ധനയും സിങ്കിൾ ഡ്യൂട്ടി പരിഷ്ക്കരണവും മറ്റു പല ഘടകങ്ങളും ചേർത്ത് ദിവസേന ലക്ഷം കിലോമീറ്ററുകൾ വെട്ടിച്ചുരുക്കുന്നു. ഓർഡിനറി സർവീസുകളെയാണ് ഇത് ബാധിച്ചിരിക്കുന്നത്. പ്രത്യേകിച്ച് ദക്ഷിണ കേരളത്തിൽ. പ്രളയത്തെതുടർന്ന് റോഡുകൾ പൂർണ്ണമായോ ഭാഗികമായോ തകർന്നു കിടക്കുന്നു. ലഭ്യമായ ഗതാഗതസൗകര്യങ്ങളും അപ്രത്യക്ഷമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പ്രകൃതി ദുരന്തങ്ങളുടെ പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ ഒരു പരിധിവരെ സഹിക്കാമെങ്കിലും മനുഷ്യ നിർമ്മിതമായ വീഴ്ചകളും തെറ്റുകളും തിരുത്താൻ നാം നടപടിയെടുക്കണം.

ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



അത്ഭുതം സൃഷ്ടിച്ച ടൈം വാരിക ഇനി പുതിയ കരങ്ങളിൽ

കാലം, സമയം, ഭാവി എന്നിവയുടെ പ്രതിഫലനമായി ടൈം ഏറെതാമസിയാതെ മാറി. ഒരാഴ്ചയിലെ പ്രധാന സംഭവവികാസങ്ങളെല്ലാം കുറഞ്ഞ സമയത്തിനുള്ളിൽ വായിച്ചറിയാനാകുമെന്നതാണ് ടൈം വാരികയുടെ പ്രത്യേകത. എഴുത്തിന്റെ ശൈലിയിൽ കൃത്യമായ ഒരു രീതി എന്നും ഈ വാരികയ്ക്കുണ്ട്.

ഈ ലക്കം ശേഷം പത്രവിശേഷം എഴുതാനിരിക്കുമ്പോഴാണ് ലോകത്തേ എറ്റവും ശ്രദ്ധേയമായ ടൈം വാർത്താ വാരിക വിൽക്കപ്പെട്ടു എന്നറിയുന്നത്. ടെക്നോളജി രംഗത്തെ അതികായനായ ബെനിയോഫും ഭാര്യ മാർക്ക് ലിന്നുമാണ് ഇനി ടൈമിന്റെ അവകാശികൾ. ടൈം ഇൻകോർപറേറ്റഡ് 280 കോടി ഡോളറിനാണ് (ഏതാണ്ട് 18,000 കോടിരൂപ) ബെനിയോഫിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള മാധ്യമ കോൺഗ്ലോമറേറ്റായ മെറിഡിത്ത് കോർപ്പറേഷനിത് വിറ്റത്. അയോവ കേന്ദ്രമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന മെറിഡിത്തിന് 17 ടി.വി. ചാനലുകളും ബെറ്റർ ഹോംസ് ആൻഡ് ഗാർഡൻസ്, ആൾറെസിപീസ്, ഷേപ്, പേരന്റ്സ്...തുടങ്ങി ഒട്ടേറെ ആനുകാലിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളും മറ്റും നിലവിലുണ്ട്. വാർണർ ബ്രദേഴ്സ് പിക്ചേഴ്സ് ഉടമകളായ വാർണർ കമ്യൂണിക്കേഷൻസുമായി ലയിച്ച് 1989-ൽ രൂപംകൊണ്ട ടൈം വാർണർ 2000-ൽ അമേരിക്കയിലെ പ്രമുഖ ഇന്റർനെറ്റ് സേവനദാതാക്കളായ എ.ഒ.എല്ലുമായി ലയിച്ച് പുതിയ കോൺഗ്ലോമറേറ്റിന് ജന്മം നൽകുകയുണ്ടായി. എങ്കിലും 2014-ൽ ഈ സഖ്യത്തിൽനിന്ന് ടൈം ഇൻകോർപറേറ്റഡ് വേർപെട്ടു. ടൈമിനു പുറമേ പീപ്പിൾ, സ്പോർട്സ് ഇല്ലസ്ട്രേറ്റഡ്, എന്റർടെയിൻമെന്റ് വീക്കിലി, ഫോർച്യൂൺ എന്നീ മാഗസിനുകളും ടൈം ഇൻകിന്റേതായിട്ടുണ്ട്. ടൈം വാങ്ങുന്നതുവഴി 13.5 കോടി വായനക്കാരെയും ആറുകോടി വരിക്കാരെയും തങ്ങൾക്കു ലഭിക്കുമെന്ന് മെറിഡിത്ത് കണക്കു കൂട്ടുന്നു. യു.എസിനു പുറമേ ഏഷ്യയിലും യൂറോപ്പിലും ഓഷ്യാനിയയിലുമുള്ള വെവ്വേറെ പതിപ്പുകളെല്ലാമായി 30 ലക്ഷത്തിലേറെ പ്രതികൾ ടൈമിന് പ്രചാരമുണ്ട്. ഏതാനും വർഷങ്ങളായി പരസ്യവരുമാനത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ഇടിവാണ് വിൽപ്പനയ്ക്ക് കാരണമായി പറഞ്ഞു







ബ്രിട്ടൺ ഹാഡൻ

കേൾക്കുന്നത്. ഇന്നിപ്പോൾ സമ്പന്നരായ സാങ്കേതിക കമ്പനികൾ പഴയകാല മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങളെ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പ്രവണത ഏറിവരുകയാണ്. വാഷിംഗ്ടൺ പോസ്റ്റ് എന്ന ദിപത്രത്തെ ആമസോൺ സ്ഥാപകൻ ജെഫ് ബെസോസ് 2013 ൽ വാങ്ങിയത് 250 മില്ല്യൻ ഡോളറിനായിരുന്നു.

ഞാൻ പത്രപ്രവർത്തനരംഗത്തെത്തിയ ആദ്യ നാളുകളിൽ തന്നെ ടൈം, ന്യൂസ്‌വീക്ക് എന്നീ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ എന്നെ വല്ലാതെ ആകർഷിച്ചിരുന്നു. സത്യത്തിൽ ഈ രണ്ടു പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളും ടെലിവിഷൻ വാർത്താചാനലുകളോടും ദിനപത്രങ്ങളോടുമാണ് മത്സരിച്ചിരുന്നത്.

അമേരിക്കൻ മാധ്യമ രംഗത്ത് അറിയപ്പെടുന്ന ഒരു വ്യക്തിയായിരുന്നു ഹെൻറി റോബിൻസൺ ലൂസ്. പത്രപ്രവർത്തനത്തിലൂടെ ദശലക്ഷക്കണക്കിന് അമേരിക്കക്കാരുടെ വായനാശീലത്തെതന്നെ മാറ്റിമറിക്കാനാകുന്ന ഒരു പ്രസിദ്ധീകരണം അതായിരുന്നു ആ മനുഷ്യന്റെ സ്വപ്നം. ടെലിവിഷനു മുൻപുള്ള കാലഘട്ടത്തിൽ അമേരിക്കൻ കാഴ്ചപ്പാടുകളെ സ്വാധീനിച്ച രാഷ്ട്രീയ, സാംസ്കാരിക സമൂഹത്തിന്റെ ചിത്രമായിരുന്നു ലൈഫ് മാഗസിൻ . ഫോർച്യൂൺ ദേശീയ, അന്തർദേശീയ ബിസിനസ് റിപ്പോർട്ട്; സ്പോർട്സ് ഇല്ലസ്ട്രേറ്റഡ് ഇവയൊക്കെ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചുകൊണ്ട് ലൂസ് ആദ്യത്തെ മൾട്ടിമീഡിയ കോർപ്പറേഷൻ സ്ഥാപിച്ചിരുന്നു. ഇതിനൊക്കെപ്പുറമേ വാർത്തകളെ കേന്ദ്രീകരിച്ചൊരു പുതിയ പ്രസിദ്ധീകരണം. ഈ പുതിയ ആശയത്തിന് നല്ലൊരു പങ്കാളിയേയും അദ്ദേഹത്തിനു കിട്ടി.

ബ്രിട്ടൺ ഹാഡൻ - ഇരുവരും സഹപാഠികളായിരുന്നു. വാരികയുടെ സഹസ്ഥാപകൻ എന്ന നിലയിലാണ് ബ്രിട്ടൺ ഹാഡൻ ഏറെ അറിയപ്പെട്ടത്. ടൈം വാരികയുടെ പ്രഥമ പത്രാധിപരും ടൈം സ്റ്റൈയിൽ എന്ന പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്ന വിപ്ലവാത്മക രചന ശൈലിയും രൂപപ്പെടുത്തിയതും ഇദ്ദേഹമായിരുന്നു. 31-ാം വയസ്സിൽ ബ്രിട്ടൺ ഹാഡൻ മരിച്ചുപോയെങ്കിലും, ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിലെ ഏറ്റവും സ്വാധീനമുള്ള പത്രപ്രവർത്തകരിൽ ഒരാളായി അറിയപ്പെട്ടിരുന്നു അദ്ദേഹം.

കാലം, സമയം, ഭാവി എന്നിവയുടെ പ്രതിഫലനമായി ടൈം ഏറെതാമസിയാതെ മാറി. ഒരാഴ്ചയിലെ പ്രധാന സംഭവവികാസങ്ങളെല്ലാം കുറഞ്ഞ സമയത്തിനുള്ളിൽ വായിച്ചറിയാനാകുമെന്നാതാണ് ടൈം വാരികയുടെ പ്രത്യേകത. 'take time - it's brief' എന്നതാണ് ടൈമിന്റെ മുദ്രാവാക്യം.

അമേരിക്കൻ പ്രതിനിധി സഭയിലെ റിട്ടയർ ചെയ്ത സ്പീക്കർ ജോസഫ് ജിയെക്കുറിച്ചായിരുന്നു ടൈമിന്റെ ആദ്യ ഫീച്ചർ. ഈ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റെ ചരിത്രത്തിൽ ആദ്യമായി ഒരു വനിതയുടെ ചിത്രം അച്ചടിച്ചത് 1924 ആഗസ്റ്റ് 25നാണ്. എഡിത് കുമിംഗ് എന്ന ഗോൾഫ് കളിക്കാരിക്കായിരുന്നു ആ ഭാഗ്യം ലഭിച്ചത്.

1923 മാർച്ച് മൂന്നിനാണ് വാരികയുടെ ആദ്യ പതിപ്പ് പുറത്തിറക്കിയത്. ആകെ 32 പേജ്. 9000 കോപ്പികളാണ് ആദ്യ ലക്കം തന്നെ വിറ്റഴിച്ചത്. കാലാന്തരത്തിൽ ഈ വാരിക മറ്റു പല ന്യൂസ് മാഗസിനുകൾക്കും മാതൃകയായിത്തീർന്നു. ഇന്ത്യയിൽ തന്നെ കൊൽക്കത്തയിൽ നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്ന ആനന്ദ് ബസാർ പത്രിക ഗ്രൂപ്പിന്റെ സൺഡേ വാരിക, ഇന്ത്യടുഡേ, ഔട്ട്‌ലുക്ക് എന്നീ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ ടൈം വാരികയെ അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ അനുകരിക്കുകയായിരുന്നു.

മാൻ ഓഫ് ദി ഇയർ എല്ലാവർഷവും ശ്രദ്ധേയനായ, വാർത്ത സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഒരു വ്യക്തിയെ ടൈം അവതരിപ്പിക്കുന്നത് ലോകം ഇന്നും ഉറ്റുനോക്കുന്ന ഒരു സംഗതിയാണ്. 1983 ജനുവരി മൂന്നിന് ഇറങ്ങിയ ടൈമിന്റെ പേഴ്സൺ ഓഫ് ദി ഇയർ പുരസ്ക്കാരം ലോകത്താദ്യത്തെ പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറിനായിരുന്നു.

1927 ആയപ്പോഴേക്കും ടൈം മാഗസിന്റെ പ്രചാരം 1.75 ലക്ഷം കവിയുകയും അത് അമേരിക്കയിൽ ഏറ്റവും അധികം സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്ന വാർത്താ വാരികയായിത്തീരുകയും ചെയ്തു. 1929ൽ ഹാഡൻ മരണമടഞ്ഞു. തുടർന്ന് 1964 വരെയുള്ള കാലയളവിൽ ലൂസ് അതിന്റെ എഡിറ്റോറിയൽ ചെയർമാൻ പദവി വഹിച്ചു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ യാഥാസ്ഥിതിക രാഷ്ട്രീയ നയം അക്കാലത്തെ ടൈം വാരിക




എഡ്വേർഡ് ഫെലിസെന്തൽ


മാർക്ക് ബെനിയോഫ്

യിൽ പ്രകടമായി പ്രതിഫലിച്ചിരുന്നു. എന്നാൽ 1970-കളോടെ മാഗസിൻ നിഷ്പക്ഷമായ റിപ്പോർട്ടുകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാൻ തുടങ്ങി. അതോടുകൂടി വിദേശ ഭാഷാപതിപ്പുകൾ ആരംഭിക്കുകയുണ്ടായി.

ലണ്ടനിൽ നിന്നും ഒരു യൂറോപ്യൻ പതിപ്പും (ടൈം യൂറോപ്പ്, മുൻപ് ടൈം അറ്റ്ലാന്റിക്) പുറത്തിറങ്ങുന്നുണ്ട്. മധ്യപൂർവേഷ്യ, ആഫ്രിയ്ക്ക, ലാറ്റിനമേരിയ്ക്ക എന്നീ മേഖലകൾ ടൈം യൂറോപ്പ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു. ഇതിനു പുറമേ ടൈം ഏഷ്യ ഹോങ്കോങിൽ നിന്നും, ഓസ്ട്രേലിയ, ന്യൂസീലാൻഡ് മറ്റു പല പസഫിക് ദ്വീപസമൂഹങ്ങൾ എന്നീ മേഖലകൾക്കായുള്ള ടൈം സൗത് പസഫിക് സിഡ്നിയിൽ നിന്നും പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു തുടങ്ങിയതോടെ ഭൂലോകത്തെമ്പാടും ടൈമിന് ആരാധകരുണ്ടായി.

ടൈം വാരികയ്ക്ക് ഏറെ ആരാധകരുള്ളതുപോലെ തന്നെ കടുത്ത വിമർശകരുമുണ്ട്. സെലിബ്രറ്റികൾക്ക് വേണ്ടതിലേറെ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നു എന്നതാണ് ഒരു വിമർശനം. ഇതിൽ രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കളും എന്റർടൈൻമെന്റ് വ്യവസായത്തിലെ പ്രമുഖരും ഉൾപ്പെടും.

വെള്ളിയാഴ്ച തോറും പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്ന ടൈം വാരിക 2007 മുതൽ തിങ്കളാഴ്ചയിലേക്ക് മാറ്റി. തൊട്ടടുത്ത എതിരാളി ന്യൂസ്‌വീക്കിനേക്കാൾ അനേകായിരം കോപ്പികൾക്ക് മുന്നിലായി നിലകൊണ്ടിരുന്ന ടൈം വാരികതന്നെയാണ് ഓൺ ലൈനിലും മുന്നിൽ.

എഴുത്തിന്റെ ശൈലിയിൽ കൃത്യമായ ഒരു രീതി എന്നും ഈ വാരികയ്ക്കുണ്ട്. ആദ്യകാലം മുതൽക്കേ ഫ്രഞ്ച് സ്പല്ലിംഗ് രീതിയാണ് ഇത് പിൻതുടരുന്നത്. കട്ടിയുള്ള ചുവന്ന ബോർഡർ ലൈൻ കവർ പേജിൽ കൊടുക്കുന്ന രീതി ആരംഭിച്ചത് 1927 ൽ ആണ്. അത് ഇന്നും തുടരുന്നു.

നഷ്ടപരിഹാരം സംബന്ധിച്ച് ടൈമിന് കോടതി കയറേണ്ടിവന്നിട്ടുണ്ട്. 1999 ൽ ഒരു ലേഖനത്തിന്റെ പേരിലാണത്. 27 ബില്യൺ ഡോളറാണ് അന്ന് നഷ്ടപരിഹാരമായി നൽകേണ്ടിവന്നത്. മുൻ ഇന്ത്യോനേഷ്യൻ പ്രസിഡൻറായ സുഹാർത്തായ്ക്കാണ് നഷ്ടപരിഹാരത്തുക ലഭിച്ചത്.

മറ്റൊരു പ്രത്യേക ഫീച്ചറാണ്-മാൻ ഓഫ് ദി ഇയർ. എല്ലാവർഷവും ശ്രദ്ധേയനായ, വാർത്ത സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഒരു വ്യക്തിയെ ടൈം അവതരിപ്പിക്കുന്നത് ലോകം എന്നും ഉറ്റുനോക്കുന്ന ഒരു സംഗതിയാണ്. 1983 ജനുവരി മൂന്നിന് ഇറങ്ങിയ ടൈമിന്റെ പേഴ്സൺ ഓഫ് ദി ഇയർ പുരസ്ക്കാരം ലോകത്താദ്യത്തെ പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറിനായിരുന്നു. 2006ലെ മാൻ ഓഫ് ദി ഇയർ ആയി ടൈമിന്റെ ഓരോ വായനക്കാരനേയും തെരഞ്ഞെടുത്തപ്പോൾ ആ വ്യക്തി നിങ്ങളാണ് എന്നൊരു തലവാചകമാണ് കൊടുത്തത്. കുട്ടികൾക്കുവേണ്ടിയും ടൈം പ്രത്യേകപതിപ്പ് ഇറക്കുന്നുണ്ട്. സാഹിത്യ സാംസ്ക്കാരിക വാർത്തകൾ, സയൻസ്, ടെക്നോളജി, രാഷ്ട്രീയം,.പരിസ്ഥിതി, വിദ്യാഭ്യാസം, മതം... എന്നിങ്ങനെ വിവിധ വിഷയങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ടൈം വാരികയുടെ ഇപ്പോഴത്തെ എഡിറ്റർ ഇൻ ചീഫ് 51വയസുകാരനായ എഡ്വേർഡ് ഫെലിസെന്തൽ, ടൈമിന്റെ പതിനെട്ടാമത്തെ മുഖ്യ പത്രാധിപരാണിദ്ദേഹം. നാൻസി ഗിബ്സിന്റെ പിൻഗാമിയായാണ് ഇദ്ദേഹം ചാർജ് എടുത്തത്. വീഡിയോ, ഡിജിറ്റൽ ജേണലിസത്തെ മികച്ച രീതിയിൽ വികസിപ്പിച്ചെടുക്കാൻ ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ ടീം എന്നും ശ്രദ്ധാലുക്കളായിരുന്നു. അച്ചടി മാഗസിൻ മുമ്പത്തേക്കാൾ വളരെ പ്രസക്തമാണെന്ന് പുതിയ മാനേജ്മെന്റ് വിശ്വസിക്കുന്നു.

2013-ൽ ടൈമിന്റെ ഡിജിറ്റൽ എഡിറ്ററായും, 24/7 വാർത്തകളും വീഡിയോ ഓപ്പറേറും ആരംഭിച്ച് ടൈമിന്റെ ഗ്ലോബൽ ഫുട്പ്രിന്റ് വികസിപ്പിച്ചെടുത്തതും ഇദ്ദേഹമായിരുന്നു. 2016 ൽ ഫെൽന്റെ ടൈം ഇൻകോർപ്പറേറ്റുകളുടെ ഡിജിറ്റൽ ഡയറക്റ്ററായും, ലൈഫ്സ്റ്റൈൽ ഗ്രൂപ്പുകളുടെയും ഡിജിറ്റൽ ഡയറക്റ്ററായും പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. ടൈമിൽ എത്തുന്നതിനു മുൻപ്, ഫോർച്യൂൺ, നോർത്ത് ലിവിംഗ്, ഹെൽത്ത് തുടങ്ങി നിരവധി ടി.വി. ഡീൽ ബീസ്, വാൾ സ്ട്രീറ്റ് ജേർണൽ എന്നിവയിലുമുണ്ടായിരുന്നു.

ഇത്രയേറെ അനുഭവജ്ഞാനമുള്ള എഡ്വേർഡ് ഫെലിസെന്തലിന് ടൈമിനെ ഉന്നതങ്ങളിൽ എത്തിക്കാൻ കഴിയട്ടെയെന്ന് ആശംസിയ്ക്കാം നമുക്ക്. ●



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

SPROUTING SEEDS

We can find many seeds sprouting from the various spheres of business. Many of them are coming with different and new ideas. ADCOM is introducing a few of them.

Digital ProSchool

Digital ProSchool is the brainchild of a handful of digital marketing experts who have envisioned to make digital accessible to everyone and to bust the myths surrounding the murky waters of digital marketing.

Whether you're looking for a new career in digital marketing or just wish to add digital to your existing skillset, the digital marketing courses at Digital ProSchool will prepare you to become a complete digital marketer and make you industry ready. The extensive hands-on practice that begins right from day 1 will enable you to plan, launch and execute your own digital marketing campaigns. The courses are tailor made to suit user requirements. While there are courses that suit business owners to familiarize themselves with the basics of digital marketing so that they can take informed decisions, the other courses are suitable for people who may be looking for an entry to the digital marketing arena in their search for a growth in their career or even to specialize in any particular area irrespective of whether it is digital design or digital marketing.

Why Choose Digital ProSchool

Live Projects: Gain hands-on experience right from building your website to creating an online presence for your website right in the classroom.

Training and Support: Industry experts walk you through as you meander throughthe complex pathways of meta-tags and keywords and backlinks.

Social Innovation: Merely having a page is no longer of any use. Get to know the potential of social, when unleashed.

Expert Teachers: With an average experience of 10+ years in the industry, stand to gain from the deep insights they offer.

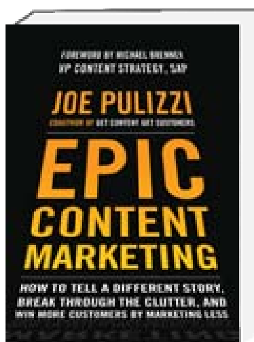
Course Module

● Digital Marketing ● Website Creation ● Search Engine Optimization ● Search Engine Marketing ● Google Analytics ● Social Media Marketing ● Content Marketing ● Affiliate Marketing ● Email Marketing ● Online Reputation Management ● App Store Optimization ● Landing page Optimization ● Lead Management System ● Evaluation

പുസ്തക പരിചയം

EPIC CONTENT MARKETING

by **Joe Pulizzi**



കണ്ടന്റ് മാർക്കറ്റിംഗിൽ ശ്രദ്ധേയനും വിദഗ്ദ്ധനുമായ Joe Pulizzi തയാറാക്കിയിരിക്കുന്ന ഒരു പുസ്തകമാണിത്. നിലവാരമില്ലാത്ത കണ്ടന്റുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കളെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താനാവില്ല എന്ന് അദ്ദേഹം ഇവിടെ സമർത്ഥിക്കുന്നു. കസ്റ്റമേഴ്സ് അറിയാതെയോ നിർബന്ധിക്കപ്പെടാതെയോ പടിപടിയായി തീരുമാനങ്ങളിലേക്കെത്തിക്കുവാൻ മികച്ച ആശയവിനിമയങ്ങൾക്കേ കഴിയുകയുള്ളൂ. ശരിയായ വിവരങ്ങൾ ശരിയായ സമയത്ത് ശരിയായ വ്യക്തിയിലേക്ക് എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ശരിയായ രീതി. കസ്റ്റമേഴ്സിന്റെ ഹൃദയത്തിന്റെ ഉള്ളിലേക്ക് കടന്നു ചെല്ലാൻ കഴിയുന്ന ഉള്ളടക്കമാണ് ഓരോ ബിസിനസ്സിന്റേയും വളർച്ചയ്ക്ക് സഹായകമാകുന്ന ഘടകം.

കസ്റ്റമേഴ്സിനെ ആകർഷിക്കുവാനും ബ്രാൻഡിനോടൊപ്പം നിലനിർത്തുവാനും ഉതകുന്ന കണ്ടന്റുകൾ എങ്ങനെ തയാറാക്കാം, അവയെ എങ്ങനെ ഫലപ്രദമായ മീഡിയകൾ വഴി കസ്റ്റമേഴ്സിൽ എത്തിക്കാം, ഇതിന്റെ ഫലപ്രാപ്തി എങ്ങനെ വിലയിരുത്താം തുടങ്ങി നിരവധി വിഷയങ്ങൾ പല കമ്പനികളുടേയും പ്രോഡക്റ്റുകളുടേയും കേസ് സ്റ്റഡികളിലൂടെ വ്യക്തമാക്കുന്നു.

ലോകം കീഴടക്കിയ ബ്രാൻഡ് നെയിമുകൾ

SONY



സോണിയുടെ ശ്രദ്ധേയമായ ബിസിനസ്സ് ശബ്ദവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണല്ലോ. അതിലവർ ജപ്പാനിലും അമേരിക്കയിലും പ്രശസ്തരാവുകയും ചെയ്തു. തങ്ങളുടെ പ്രൊഡക്ടുകൾ ഏറ്റവും നന്നായിരിക്കണമെന്ന ഒരു വാശി മൊറീത്തയ്ക്കുണ്ടായിരുന്നു. അത് അമേരിക്കൻ ഉൽപന്നങ്ങളോടുള്ള വാശിയായിരുന്നു.

സോണി എന്ന നാമം കേൾക്കാത്തവരോ കാണാത്തവരോ ഉണ്ടായിരിക്കുകയില്ല. നമ്മുടെയെല്ലാം നിത്യ ജീവിതത്തിൽ ഈ ഇലക്ട്രോണിക് സൗന്ദര്യം ലയിച്ചു കിടക്കുന്നുണ്ട്. ക്യാമറയായും ടെലിവിഷനായും സിനിമയായും സംഗീതമായും മൊബൈൽ ഫോണായും ലോകം മുഴുവൻ നിറഞ്ഞു നിൽക്കുകയാണ്. 1946ൽ ജപ്പാനിലെ ടോക്കിയോയിൽ മസാരു ഇബുക്ക എന്ന യുവാവ് സോണി ആരംഭിക്കുമ്പോൾ തുറന്ന മനസ്സോടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ നിർമ്മലമായ ആത്മാവിനെ ടെക്നോളജിയിലൂടെ ജാപ്പനീസ് സംസ്ക്കാരത്തിന് സംഭാവനചെയ്യുന്ന ഒരു ഉത്തമ നിർമ്മാണ കേന്ദ്രമാണ് വിഭാവനം ചെയ്തത്. മുമ്പുണ്ടാകാതിരുന്ന ഒന്ന് കാഴ്ചവെയ്ക്കുകയായിരുന്നു സോണിയുടെ സ്പിരിറ്റ്. സോണി ലോകം മുഴുവൻ എത്തിയത് ജപ്പാനിൽ ഒന്നാമത്തേത്. ലോകത്തിൽ ഒന്നാമത്തേത് എന്ന രീതിയിലാണ്. സോണിയുടെ പരസ്യം തന്നെ അതു ബോദ്ധ്യമാക്കുന്നു.

It's a Sony- ഇതൊരു സോണിയാണ്!

മസാരു ഇബുക്ക

മസാരു ഇബുക്കയും അകിയോ മൊറിത്തയുമാണ് 1946ൽ സോണി ആരംഭിക്കുന്നത്. 1908ൽ ജപ്പാനിലെ നിക്കോയിൽ ജനിച്ച മസാർ ഇബുക്ക വസേദ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്ന് ഇലക്ട്രോണിക്സിൽ ബിരുദം നേടി. ഒരു ഫോട്ടോ കെമിക്കൽ ലബോറട്ടറിയിൽ ജോലിനേടി. അത് സിനിമ ഫിലിമുകൾ പ്രോസസ് ചെയ്യുന്ന കമ്പനിയായിരുന്നു. അവിടെ അദ്ദേഹം സിനിമാ ഫിലിമിൽ സൗണ്ട് റെക്കോർഡ് ചെയ്യുന്ന ടെക്നോളജിയിൽ റിസർച്ച് ചെയ്തു. പിന്നീട് ടെലികമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ സിസ്റ്റത്തിനുവേണ്ടി മെക്കാനോ ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഫ്രീക്വൻസിയും റിലേകളും നിർമ്മിക്കുന്ന ജോലിയിലേർപ്പെട്ടു. 1945ൽ ഇബുക്ക ടോക്കിയോ സുഷിൻ കെൻക്യൂഷോ കമ്പനി (ടോക്കിയോ ടെലിക്കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ് ലബോറട്ടറി) സ്ഥാപിച്ചു. 1946ൽ അത് ടോക്കിയോ- സുഷിൻ - കോഗ്യോ (TTK) കമ്പനിയുമായി ലയിച്ചു. അതാണ് സോണി കോർപ്പറേഷനായി മാറിയത്. 1950ൽ മസാരു ഇബുക്ക സോണിയുടെ പ്രസിഡന്റായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു.

അക്കിയോ മൊറീത്ത

1921ൽ ജപ്പാനിലെ നഗോയയിലാണ് ജനിച്ചത്. തലമുറകളായി ധാന്യങ്ങളിൽ നിന്ന് മദ്യം ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും സോയ സോസ് വിപണനം നടത്തുകയും ചെയ്യുന്ന കുടുംബമായിരുന്നു മൊറീത്ത ഫാമിലി. ഒസാക്ക ഇംപീരിയൽ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്ന് ഊർജ്ജതന്ത്രത്തിൽ മൊറീത്ത ബിരുദം നേടി. രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധകാലത്ത് ജാപ്പനീസ് നേവിയിൽ ല

സോണി എന്ന പേര്

മസാരു ഇബുക്കയാണ് 1945ൽ ടോക്യോ സുഷിൻ കെൻ ക്യൂഷോ (ടോക്യോ ടെലി കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ലബോറട്ടറി) കമ്പനി സ്ഥാപിച്ചത്. 1946ൽ അകിയോ മൊറീത്തയുമായി യോജിച്ച് കമ്പനി ടോക്ക്യോ സുഷിൻ കോങ്ങ്യോ (ടോക്കിയോ ടെലികമ്യൂണിക്കേഷൻസ് എൻജിനീയറിംഗ് കോർപ്പറേഷൻ) എന്ന പേരിലാക്കി. Tokyo Tsushin Kogyo എന്ന നാമത്തിന്റെ ആദ്യ അക്ഷരങ്ങൾ ചേർത്ത് TTK എന്ന പേരിൽ ഇത് അറിയപ്പെട്ടു. ആദ്യകാല ടേപ്പുകളും കാസറ്റുകളും TTKയുടെതായിരുന്നു. Type- G എന്ന ജപ്പാനിലെ ആദ്യത്തെ ടേപ്പ് റിക്കാർഡർ നിർമ്മിച്ചത് ഈ കമ്പനിയാണ്.

Tokyo Kyuko എന്ന പേരിലറിയപ്പെട്ടിരുന്ന ടോക്കിയോ റെയിൽവെ കമ്പനിയും TTK എന്നറിയപ്പെട്ടു. അതുകൊണ്ട് മൊറിത്തയുടെ കമ്പനി TOTSUKO എന്ന് പറയാൻ തുടങ്ങി. പക്ഷേ ഉല്പന്നങ്ങൾ അമേരിക്കയിൽ വന്നപ്പോൾ അവർക്കിതു പറയാൻ പ്രയാസമുള്ളതായി മൊറീത്ത മനസ്സിലാക്കി. ടോക്കിയോ ടെലിഗ്രാഫ് എന്ന പേരിടാൻ ഒരു ശ്രമം നടത്തിയെങ്കിലും ഒരു അമേരിക്കൻ കമ്പനി ടെലിഗ്രാഫ് എന്ന പേര് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു.

സോണി എന്ന ബ്രാൻഡ് ഉണ്ടായത് രണ്ടു വാക്കുകൾ ചേർന്നാണ്. ശബ്ദം ലാറ്റിൻ ഭാഷയിൽ Sonus എന്നാണ്. 1950 കളിൽ അമേരിക്കയിൽ ആൺ കുട്ടികളെ Sonny എന്നാണ് വിളിച്ചിരുന്നത്. ജപ്പാനിൽ സോണി ബോയ്സ് എന്നു വിളിച്ചിരുന്നത് ഊർജ്ജസ്വലതയും കഴിവുകളുമുള്ള ചെറുപ്പക്കാരെയാണ്. അക്കിയോ മൊറീത്തയും മസാരു ഇബുക്കയും തങ്ങളും അത്തരം ഡൈനാമിക് പേഴ്സനാലിറ്റികളാണെന്ന് വിശ്വസിച്ചു. തങ്ങളുടെ കമ്പനിയുടെ പേര് സോണി എന്നാക്കി.

1955ൽ സോണി ബ്രാൻഡിൽ TR-55 ട്രാൻസിസ്റ്റർ റേഡിയോ മാർക്കറ്റിലെത്തി. എന്നാൽ 1958 ജനുവരിയിലാണ് SONY എന്ന പേര് കമ്പനിക്ക് ഔദ്യോഗികമായി നിലവിൽ വന്നത്.

ഫ്റ്റനന്റായി ജോലി ചെയ്തിരുന്ന അദ്ദേഹം ഇലക്ട്രിക്കൽ എഞ്ചിനീയറായിരുന്ന മസാരു ഇബുക്കയുമായി പരിചയത്തിലായി. യുദ്ധാനന്തരം അകിയോ മൊറീത്തയ്ക്ക് ടോക്കിയോ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജിയിൽ അദ്ധ്യാപകനായി ജോലി ചെയ്യുവാൻ അവസരം ലഭിച്ചു. എന്നാൽ മസാരു ഇബുക്ക ഒരു റിസർച്ച് ലാബ് ആരംഭിച്ച പത്രവാർത്ത കണ്ട് അദ്ദേഹത്തെ സന്ദർഷിച്ചു. രണ്ടു യുവാക്കളും സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള തീരുമാനത്തിലെത്തി.

സോണി

രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിലെ ബോംബിംഗിൽ തകർന്ന ഒരു പഴയ കെട്ടിടത്തിലാണ് സ്ഥാപനം ആരംഭിക്കുന്നത്. ഇരുപതു ജോലിക്കാർ 196,000 യെൻ മൂലധനം. ഇബുക്കയ്ക്ക് 38വയസ്സു പ്രായം. മൊറിത്തയ്ക്ക് 25 വയസ്സ്. ഇലക്ട്രിക്കൽ ഉപകരണങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നതും ഡിസൈനിംഗും എല്ലാം ഇബുക്ക. മാർക്കറ്റിംഗും ധന സമാഹരണവും നടത്തിയിരുന്നത് മൊറീത്തയും. മൊറീത്ത കുടുംബം തുടക്കത്തിൽ തന്നെ സോണിയിൽ ഇൻവെസ്റ്റു ചെയ്തു. അതുകൊണ്ടു തന്നെ അവർ പിന്നീട് അതിന്റെ മുഖ്യ ഓഹരിയുടമകളാവുകയും ചെയ്തു.

1949ൽ സോണി ആദ്യത്തെ മാഗ്നറ്റിക് റിക്കാർഡിംഗ് ടേപ്പ് കണ്ടുപിടിച്ചു. അടുത്ത വർഷം ആദ്യത്തെ ടേപ്പ് റിക്കാർഡർ ജപ്പാനിൽ വിപണനം ചെയ്തു. ആദ്യത്തെ പോക്കറ്റ് റേഡിയോ ട്രാൻസ്മിഷൻ നടത്തിയത് ഇവരാണ്. ശബ്ദത്തിന്റെ ലാറ്റിൻ പദമാണ് സോണസ്. അതിനാൽ മൊറിത്തയും ഇബുക്കയും തങ്ങളുടെ സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര് 'സോണി' എന്നാക്കി. 1958 ൽ ആയിരുന്നു ഇത്.

അദ്യകാല ഉല്പന്നങ്ങൾ

സോണിയുടെ ശ്രദ്ധേയമായ ബിസിനസ്സ് ശബ്ദവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണല്ലോ. അതിലവർ ജപ്പാനിലും അമേരിക്കയിലും പ്രശസ്തരാവുകയും ചെയ്തു. തങ്ങളുടെ പ്രൊഡക്ടുകൾ ഏറ്റവും നന്നായിരിക്കണമെന്ന ഒരു വാശി മൊറീത്തയ്ക്കുണ്ടായിരുന്നു. അത് അമേരിക്കൻ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോടുള്ള വാശിയായിരുന്നു. രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിൽ തകർന്നുപോയ ജപ്പാനെ സഹായിക്കാനായി അമേരിക്ക സേവ് ജപ്പാൻ എന്ന പദ്ധതിയുണ്ടാക്കി. അമേരിക്കൻ ഉപകരണങ്ങൾ ജപ്പാനിൽ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് വിൽക്കാനാരംഭിച്ചു. അവയെല്ലാം തീരെ ഗുണമേന്മയില്ലത്തവയാണെന്ന് മൊറീത്ത തിരിച്ചറിഞ്ഞു. അമേരിക്കൻ വ്യവസായികൾ തങ്ങളെ കൊള്ളയടിക്കുകയാണെന്നു തിരിച്ചറിഞ്ഞ ആ രാജ്യ സ്നേഹി ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും ഗുണമേന്മയുള്ള വസ്തുക്കൾ നിർമ്മിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചു.

സോണി നിർമ്മിച്ച ചെറിയ റേഡിയോ പോക്കറ്റിൽ ഒതുങ്ങുന്നതല്ലായിരുന്നു മൊറീത്ത തന്റെ ജോലിക്കാരുടെ വസ്ത്രങ്ങളുടെ


മസാരു ഇബുക്ക


അകിയോ മൊറീത്ത


സോണിയുടെ ടോക്കിയോയിലുള്ള ആസ്ഥാനം

പോക്കറ്റുകൾ വലുതാക്കി തയ്പ്പിച്ചു. അപ്പോൾ റേഡിയോ പോക്കറ്റ് സൈസായി. 1960ൽ ലോകത്തിൽ ആദ്യമായി ട്രാൻസിസ്റ്റർ ടെലിവിഷൻ നിർമ്മിച്ചു. 1973ൽ ട്രിനിട്രോൺ ടെലിവിഷൻ സെറ്റ് ടെക്നോളജിക്ക് എമ്മി അവാർഡ് സോണിക്കു ലഭിച്ചു. മുൻ വർഷം JVC ഇറക്കിയ VHS ഫോർമാറ്റ് ഹോം വീഡിയോ റിക്കോർഡറിനെ പിൻതള്ളി സോണി ആദ്യത്തെ ബീറ്റാമാക്സ് പുറത്തിറക്കി. 1979 ൽ ലോകത്തിലെ ആദ്യത്തെ പോർട്ടബിൾ മ്യൂസിക് പ്ലയറായ വാക്മാൻ സോണി അവതരിപ്പിച്ചു. 1984ൽ CD ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഡിസ്ക്മാൻ സീരിസ് ലോക വിപണിയിലെത്തി.

1960ൽ സോണി കോർപ്പറേഷൻ അമേരിക്കയിലെത്തി. (SONAM. ഇപ്പോഴത് ചുരുങ്ങി SCA എന്നാണ്) അടുത്ത വർഷം സോണി കോർപ്പറേഷൻ ന്യൂയോർക്ക് സ്റ്റോക്ക് എക്സ് ചേഞ്ചിൽ ലിസ്റ്റു ചെയ്തു.

ക്വാളിറ്റിയിൽ ലോകത്തിലെ മറ്റേതു ഉല്പന്നത്തോടും കിടപിടിക്കുന്നതായിരുന്നു സോണിയുടെ പ്രൊഡക്ടുകൾ. 2016ൽ സോണിയുടെ വിവിധങ്ങളായ സെഗ്മെന്റുകളുണ്ടായി. മൊബൈൽ കമ്യൂണിക്കേഷൻ (MC) ഗെയിം & നെറ്റ്വർക്ക് സർവ്വീസ് (G&NS), ഇമേജിംഗ് പ്രൊഡക്ട്സ് & സൊല്യൂഷൻസ് (IP&S), ഹോം എന്റർടൈൻമെന്റ് & സൗണ്ട് (HE&S), സെമികണ്ടക്ടേഴ്സ്, കംപൊണന്റ്സ്, മൂവീസ്, മ്യൂസിക്, ഇലക്ട്രോണിക്സ്, ഫിനാൻഷ്യൽ സർവ്വീസ് തുടങ്ങിയവ.

ശബ്ദത്തിന്റെ രാജാക്കന്മാർ

ഡോൾബി ലബോറട്ടറീസ് ഡോൾബി ഡിജിറ്റൽ 5.1സറൗണ്ട് സൗണ്ട് ഫോർമാറ്റ് ഉണ്ടാക്കിയപ്പോൾ സോണി 7.1 ഫോർമാറ്റുണ്ടാക്കി. സോണി ഡയനാമിക് ഡിജിറ്റൽ സൗണ്ട് (SDDS). കാലിഫോർണിയയിലെ xperi കോർപ്പറേഷൻ മൾട്ടി ചാനൽ ഓഡിയോ ടെക്നോളജി ഉപയോഗിച്ച് DTS (Dedicated to Sound) മുമ്പ് Digital Theature Systems INC) എത്തിച്ചതോടെ SDDS ന്റെ പ്രഭ മങ്ങി. ലോകമെങ്ങുമുള്ള സിനിമ തീയേറ്ററുകൾ DTS ആയി.

1979 ൽ മാർക്കറ്റിലിറക്കിയ വാക്ക്മാൻ സംഗീതപ്രേമികളുടെ ഇഷ്ട ഉപകരണമായിരുന്നു. പിന്നീട് ഓഡിയോ കാസറ്റ് പ്ലെയർ വീടുകളിലെത്തി. സോണി എറിക്സൺ മൊബൈൽ ഫോണാണ് പിന്നീട് ലോകം കണ്ടത്. ഇപ്പോൾ സോണി Xperia പ്രശസ്തമാണ്.

MSX ഹോം കമ്പ്യൂട്ടറുമായി 1980ൽ മാർക്കറ്റിലെത്തിയ സോണി പിന്നീട് പിൻ വലിയുന്നതാണ് കണ്ടത്. പക്ഷേ 1996ൽ VAIO (Video Audio Integrated Operation)എന്നപുതിയ ബ്രാൻഡുമായി തിരിച്ചുവന്നു. വീഡിയോ ഓഡിയോകളിൽ പ്രത്യേകതയുള്ളതാണ് ഈ കമ്പ്യൂട്ടർ.

ക്യാമറകളുടെ ഒരു ശ്രേണി തന്നെ സോണിയുടെതായുണ്ട്. ട്രിനിട്രോൺ എന്ന ബ്രാൻഡ് നെയിമിലാണ് സോണിയുടെ അദ്യ ടെലിവിഷൻ ഇറങ്ങിയത്. പിന്നീട് സോണി BRAVIA പ്രശസ്തമായി. സോണി ഇന്ററാക്ടീവ് എന്റർടൈൻമെന്റിൽ പ്രശസ്തമായത് 1994ൽ ഇറങ്ങിയ പ്ലേ സ്റ്റേഷനാണ്. ലോകമെങ്ങും 61% ആയിരുന്നു അതിന്റെ കച്ചവടം. പിന്നീടിറങ്ങിയ പ്ലേ സ്റ്റേഷൻ 2ന് വീഡിയോ ഗെയിം രംഗത്തെ സകലകാല വിൽപ്പനയാണുണ്ടായത്.

സോണി പിക്ച്ചേഴ്സ്

സിനിമ നിർമ്മാണവും വിതരണവുമാണ് ഈ കമ്പനി ചെയ്യുന്നത്. സ്പൈഡർമാൻ, കരാട്ടെ കിഡ്, മെൻ ഇൻ ബ്ലാക്ക് തുടങ്ങിയ ഹിറ്റു ചിത്രങ്ങൾ സോണിയുടേതാണ്. 2010ലെ വിറ്റുവരവ് 7.2 ബില്യൻ യുഎസ് ഡോളറായിരുന്നു. അമേരിക്കൻ സിനിമാ നിർമ്മാണ കമ്പനികളായ കൊളമ്പിയ പിക്ച്ചേഴ്സിനെയും ട്രൈസ്റ്റർ പിക്ച്ചേഴ്സിനെയും സോണി പിക്ച്ചേഴ്സ് വിലക്കു വാങ്ങി.

സോണി മ്യൂസിക്

സോണി മ്യൂസിക് എന്റെർടൈൻമെന്റ്സ് ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ രണ്ടാമത്തെ മ്യൂസിക് കമ്പനിയാണ്. 1998ൽ CBS റെക്കോർഡ് ഗ്രൂപ്പിനെ 2 ബില്യൺ ഡോളറിനു വിലയ്ക്കുവാങ്ങി. മൈക്കിൾ ജാക്സന്റെ ആൽബങ്ങളുടെ റൈറ്റ് സോണിക്കാണ്. എക്കാലത്തേയ്ക്കും ഹിറ്റായ ഗിന്നസ് ബുക്ക് ഓഫ് വേൾഡ് റെക്കാർഡ്സിന്റെ അവകാശവും സോണിക്കാണ്. സോണി ലൈഫും സോണി ബാങ്കും തുടങ്ങി ഈ കമ്പനി ഫിനാൻഷ്യൽ സർവ്വീസും ആരംഭിച്ചു.

ലോകമെങ്ങുമായി 1,17,300 ജീവനക്കാരാണ് സോണി കോർപ്പറേഷനുള്ളത്. 6593 ബില്യൻ യെൻ ആണ് വരുമാനം.

19,065 ബില്യൻ യെൻ ആണ് സോണിയുടെ ആസ്തി. ആസ്ഥാനം സോണി സിറ്റി, മിനാട്ടോ, ടോക്കിയോ, ജപ്പാൻ. സ്ഥാപകരായ മസാരഇബുക്ക 1997ലും അകിയോ മൊറീത്ത് 1999ലും അന്തരിച്ചു. അവരുടെ സ്വപ്നങ്ങൾ ലോകമെങ്ങും ശബ്ദവും പ്രകാശവും പരത്തുന്നു.



ബാറ്റൺ ബോസ്

Digital Marketing



All About Hashtags

A hash tag is a word or phrase preceded by a hash mark (#), used within a message to identify a keyword or topic of interest and facilitate a search for it.

We have all been hearing about and using the # symbol randomly like garnishing a dish. Most of us are familiar with the idea of a hashtag. From a user perspective, hashtags are used to categorize content, enabling better discovery of content without having to dig through irrelevant information.

Hashtags are funny how they act. Based on some studies, having more than two hashtags on Twitter has shown negative impacts in terms of reach for certain brands, however on instagram, the more hashtags you use, the better your visibility is. However, after about 10 hashtags, there is a risk of losing out on engagement.

So What Are Hashtags?

By definition, a hash tag is a word or phrase preceded by a hash mark (#), used within a message to identify a keyword or topic of interest and facilitate a search for it.

Whenever a hashtag is used in content, it is indexed by the social network where it is used and thus the bit of content becomes searchable/discoverable by others. Upon clicking on the hashtag, a page that aggregates all of the posts with the same hashtags in real time is where a user would land. When speaking of hashtags, 'trending topic' is another word that comes to our mind. When a keyword picks up enough momentum, it becomes what is known as 'trending', but trending is not always becoming the post popular keyword, how a keyword becomes trending also depends upon a user location, connections on social networks, their interests etc.

Where Did Hashtags Come From?

The first use of a hashtag in social media can be traced back to one man. Chris Messina is a former Google employee who worked in developer relations and as a designer on Google+. He's been officially credited as the first person who tweeted using a hashtag.

There are multiple tools relating to hashtags on social media which can be used to identify popular hasthags and also to analyze them. Hashtagify.me is a free tool you can use to find hashtags. It also gives numeric data on hashtag use and helps you to map a hashtag in relation to other similar options.

RiteTag is a powerful hashtag search tool you can use for Facebook and Twitter. It provides up-to-date data as to how your hashtag is performing.

Besides these useful tools, there's a simple low-tech strategy for finding hashtags. Look through similar accounts, see what hashtags they're using, and click through to see how other accounts are using those hashtags. This is an easy way to find hidden gems that may not show up on searches through the above tools.

Do you use hashtags in your social media posts? If no, then now is the time to tap into this.



Bhavya Nandakumar
COO - Whyrel | MD
Digital ProSchool, Kochi
bhavya@whyrel.com

വയലറ്റ് പൂക്കൾ

ഗ്രാമീണ പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള പ്രണയകഥ പറയുന്ന ചിത്രമാണ് വയലറ്റ് പൂക്കൾ. ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാടായ കേരളത്തിനോടുള്ള ആദരസൂചകമായാണ് ഈ ചിത്രം അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. അരുൺരാജ് പൂത്തണൽ ആണ് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്നത്. ഓസ്ട്രിയ മൂവി പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ ഡോ.നളംകുമാർ, പ്രവിത ആർ. പ്രസന്ന എന്നിവർ ചേർന്നാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്.

കാർത്തികപുരം – കേരളത്തിന്റെ ഏറ്റവും കിഴക്കേമൂലയിൽ തമിഴ്നാട് അതിർത്തിക്കടുത്തുള്ള ഒരു കൊച്ചുഗ്രാമം. മനോഹാരിതയും പച്ചപ്പും കേരളീയ പഴമയും പൈതൃകവും കാത്തുസൂക്ഷിക്കുന്ന ഗ്രാമമാണിത്. ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട്ടിലെ തന്നെ സ്വർഗ്ഗമെന്നു വിശേഷപ്പിക്കാവുന്ന ഗ്രാമം. ഇവിടത്തുകാരുടെ പ്രധാന ഉപജീവനമാർഗ്ഗം പുഷ്പ കൃഷിയാണ്. പൂന്തോട്ടങ്ങൾ, പഴമ വിളിച്ചോതുന്ന ചെറുതും വലുതുമായ തറവാടുകൾ, ഇല്ലങ്ങൾ, ഓലമേഞ്ഞതും പച്ചക്കട്ടയും ചുടുകട്ടയും കൊണ്ട് കെട്ടിയ കുമ്മായം പൂശിയ വീടുകൾ, കാളവണ്ടികൾ തുടങ്ങി ഗ്രാമസൗന്ദര്യത്തിന്റെ മാറ്റു കൂട്ടുന്ന എല്ലാം ഇവിടെയുണ്ട്. ഇവിടത്തെ ഗ്രാമവാസികൾ കേരളീയ രീതിയിലുള്ള വസ്ത്രമാണ് ധരിക്കുന്നത്. രാഷ്ട്രീയമില്ലാത്ത ഒരു നാടു കൂടിയാണിത്. ഇവിടെ തെരഞ്ഞെടുപ്പു സംവിധാനമുണ്ടെങ്കിലും അത് പാർട്ടി തിരിച്ചല്ലെന്നു മാത്രം. ഏതു പാർട്ടി മത്സരിക്കാൻ വന്നാലും ഈ നാട്ടിൽ സ്വതന്ത്ര സ്ഥാനാർത്ഥികൾ മാത്രമേ വിജയിക്കുകയും ഭരണത്തലപ്പത്തു നിലയുറപ്പിക്കാറുമുള്ളൂ. ഈ ഗ്രാമവും ഗ്രാമവാസികളും സർക്കാരിനും സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും വളരെയേറെ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുന്നവരാണ് എന്ന പ്രത്യേകതയുമുണ്ട്. ഗ്രാമവാസികളുടെയെല്ലാം മനസ്സറിഞ്ഞ് അവർക്കു വേണ്ടതു നൽകി ഒരു കുടക്കീഴിൽ നിർത്താൻ ഗ്രാമീണ മുഖ്യനായ വർക്കിച്ചായന് കഴിയുന്നതാണ് ഈ ഗ്രാമത്തിന്റെ വിജയം. ഇവിടത്തുകാരുടെ ഏറ്റവും വലിയ ഉത്സവം ഓണം തന്നെയാണ്. അത്തം ഒന്നിന് തുറന്ന് തിരുവോണ ദിനത്തിൽ നട അടയ്ക്കുന്ന, മഹാബലി തമ്പുരാന് വേണ്ടിയുള്ള ഒരു ക്ഷേത്രവും ഇവിടെയുണ്ട്.


അരുൺരാജ് പൂത്തണൽ


ഡോ.നളംകുമാർ


പ്രവിത ആർ. പ്രസന്ന

ഈ ഗ്രാമത്തിലെ ഓണാഘോഷം കണ്ട് ആസ്വദിക്കാൻ തമിഴ്നാട്ടിൽനിന്നുപോലും ആളുകൾ എത്താറുണ്ട്. തിരുവനന്തപുരം പട്ടണത്തിൽനിന്നും കാർത്തികപുരം ഗ്രാമത്തിലേക്ക് പ്രിയങ്ക വാസുദേവൻ എന്ന പരിഷ്കാരി പെൺകുട്ടി എത്തുന്നു. വിമെൻസ് കോളേജിലെ ഡിഗ്രി വിദ്യാർത്ഥിനിയാണ് പ്രിയങ്ക. ഗ്രാമീണരുടെ പ്രിയങ്കരനായ യുവാവാണ് പ്രദീപ്. പത്രവിതരണ ജോലി ചെയ്യുന്ന പ്രദീപുമായി പ്രിയങ്ക സൗഹൃദത്തിലാവുകയും ക്രമേണ അത് പ്രണയമായും മാറുന്നു. ഇവരുടെ നിഷ്കളങ്ക പ്രണയത്തെക്കുറിച്ചാണ് ഈ ചിത്രം പറയുന്നത്.

പുതുമുഖങ്ങളായ സോണൽ ഒറ്റപ്പിലാക്കിലും കവി മോഹനും ആണ് നായകനും നായികയുമാകുന്നത്. നായികാ തുല്യമായ


കവി മോഹനും സോണൽ ഒറ്റപ്പിലാക്കിലും


അൽക്ക കെ.സന്തോഷ്

വേഷത്തിൽ മറ്റൊരു പുതുമുഖമായ അൽക്ക കെ.സന്തോഷ് അഭിനയിക്കുന്നു. മലയാളത്തിലെയും തമിഴിലെയും പ്രമുഖ താരങ്ങളും ഈ ചിത്രത്തിൽ കഥാപാത്രങ്ങളായി എത്തുന്നു.

ഛായാഗ്രഹണം: അപ്പു രതീഷ്. ഗാനരചന: കൈതപ്രം ദാമോദരൻ നമ്പൂതിരി. സംഗീതം : ഷിനു ജി.നായർ. ഗായകർ: വിധുപ്രതാപ്, അഖില ആനന്ദ്, മൃദുല വാര്യർ. ചമയം : അരുൺ രാമപുരം. കലാസംവിധാനം: സേതു വിജയൻ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ഹരി വെഞ്ഞാറമൂട്. പി.ആർ.ഒ : റഹിം പനവൂർ. വസ്ത്രാലങ്കാരം : ഗ്രീക്ക് എൻഡിമിയോൺ. അസോസ്സിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ : അർജുൻ ഹരീന്ദ്രനാഥ്. എഡിറ്റിംഗ് : ജോഷി.എ.എസ്. നൃത്ത സംവിധാനം : ആന്റോ ചെന്നൈ. അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടർമാർ : വൈബിൻ പാലക്കാട്, ഷംനാദ് മാജിദ. പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ് : വിജു വിൽസൺ. പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ : വിശാഖ് കൃഷ്ണ എ.എം.പി. സംഘട്ടനം : ബ്രൂസ്‌ലി രാജേഷ്, സ്പീഡ് മോഹൻ.

തെങ്കാശി, പാർവ്വതിപുരം, ചെങ്കോട്ട എന്നിവിടങ്ങളിലായാണ് സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം.

കുട്ടിയപ്പനും ദൈവദൂതരും



ബേബി ആനന്ദ്രിദ

കുടുംബ ബന്ധങ്ങളുടെ പ്രാധാന്യം പശ്ചാത്തലമാക്കി നവാഗതനായ ഗോകുൽ ഹരിഹരൻ സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ചിത്രമാണ് കുട്ടിയപ്പനും ദൈവദൂതരും. പാർവതി എന്റർടെയ്ൻമെന്റ്സിന്റെ ബാനറിൽ വി. ഹരിസുധൻ ആണ് ചിത്രം നിർമിക്കുന്നത്. വെങ്കിടേഷ് വെങ്കി, സന്തോഷ് രാജ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് രചന നിർവഹിക്കുന്നത്.

ഗിരി എന്ന യുവാവ് ഓട്ടോ ഡ്രൈവറാണ്. തനിക്ക് കിട്ടിയ സവാരിക്കിടയിൽ അവിചാരിതമായി കുട്ടിയപ്പൻ എന്ന വൃദ്ധനെ ഗിരി പരിചയപ്പെടുന്നു. ഇവരുടെ ജീവിതത്തിലുണ്ടായ രസകരമായ അനുഭവ കഥകൾ പരസ്പരം പങ്കുവച്ചു മുന്നോട്ടുപോകുന്നതും തുടർന്നുണ്ടാകുന്ന സംഭവങ്ങളുമാണ് ഈ സിനിമയുടെ പ്രമേയം. പ്രേക്ഷകരെ പൂർണ്ണമായും രസിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് ഈ സിനിമയുടെ അവതരണമെന്ന് സംവിധായകൻ പറഞ്ഞു. ഡോ. ആർ. രാജ്കുമാർ, ധനിൽ കൃഷ്ണ, സജിത് എസ്.ജി.നായർ, ദേവികാ സന്തോഷ്, റിയ വിനോയ്, ബേബി ആനന്ദ്രിദ, ബേബി കൃഷ്ണപ്രിയ തുടങ്ങിയവരാണ് ചിത്രത്തിലെ പ്രധാന താരങ്ങൾ.



ദേവികാ സന്തോഷ്



ഡോ. ആർ. രാജ്കുമാർ



ധനിൽ കൃഷ്ണ



ഗോകുൽ ഹരിഹരൻ



സന്തോഷ് രാജ



വെങ്കിടേഷ് വെങ്കി

കുട്ടിയപ്പൻ എന്ന കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത് ഡോ. ആർ. രാജ്കുമാറാണ്. പാലക്കാട് ഗവൺമെന്റ് വിക്ടോറിയ കോളേജിൽ നിന്നും അദ്ധ്യാപകനായി വിരമിച്ച ഇദ്ദേഹം നാടകം, സിനിമ, ഹ്രസ്വചിത്രം, സീരിയൽ എന്നിവയിൽ ശ്രദ്ധേയമായ കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഓട്ടോ ഡ്രൈവർ ഗിരിയാകുന്നത് ധനിൽ കൃഷ്ണ ആണ്. ശ്രദ്ധേയമായ അഞ്ചോളം ഹ്രസ്വ ചിത്രങ്ങളിൽ ധനിൽ കൃഷ്ണ പ്രധാന കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ചിത്രീകരണം നടക്കുന്ന പുള്ള് എന്ന ചിത്രത്തിൽ ഈ യുവതാരം പ്രധാന വേഷത്തിൽ അഭിനയിക്കുന്നു. ഓഡിഷനിലൂടെ കണ്ടെത്തിയ നിരവധി പേരെയും ഈ ചിത്രത്തിലെ കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിക്കാനായി തെരഞ്ഞെടുത്തിട്ടുണ്ട്. സ്വർഗ്ഗം പോൽ സുന്ദരം എന്ന ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലൂടെ ശ്രദ്ധേയനായ സംവിധായകനാണ് ഗോകുൽ ഹരിഹരൻ.

ഛായാഗ്രഹണം: വിപിൻരാജ്. ഗാനരചന: രതീഷ് തുളസീധരൻ. സംഗീതം: ആദർശ് പി.വി. എഡിറ്റിംഗ്: ശരൺ ജി.നായർ. കലാസംവിധാനം: ഷാലു ലെവി. മേക്കപ്പ്, കോസ്റ്റ്യൂം: ചിത്ര ടി.എച്ച്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ: കിച്ചി പൂജപ്പുര. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. ചീഫ് അസോസ്സിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ: വിമൽ എസ്.നായർ. ഫൈറ്റ്: ബാബു ഫൂട്ട് ലൂസേഴ്സ്. കോറിയോഗ്രാഫി: സജീഷ് ഫൂട്ട് ലൂസേഴ്സ്. സ്റ്റിൽസ്: അദിൻ. സൗണ്ട് മിക്സിംഗ്: വിജയസൂര്യൻ വി.ബി. കളറിസ്റ്റ്: ഗൗതം നന്ദു. ഡിസൈൻസ്: അനന്ദു സദാനന്ദ്. തിരുവനന്തപുരത്തും പരിസര പ്രദേശങ്ങളിലുമായാണ് സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം.

– റഹിം പനവൂർ (9946584007)





ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –9

പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, സംഗീതം, ആനിമേഷൻ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ, ടാബ്‌ലെറ്റ്, ഫോണുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പബ്ലിഷിംഗ്, കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് എന്നീ വ്യവസായങ്ങളിൽ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ച് ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭയായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെപ്പറ്റിയുള്ള ലേഖന പരമ്പര.

ആപ്പിൾ ഹെഡ്ക്വാർട്ടേഴ്സിലെത്തിയ സ്ക്കള്ളിയെ ഞെട്ടിപ്പിക്കുന്നതായിരുന്നു അവിടത്തെ ആർഭാടരഹിതമായ ചുറ്റുപാടുകൾ. പെപ്സിയിലെ ഏറ്റവും താഴ്ന്ന ജോലിക്കാരുടെ വേഷത്തേക്കാൾ താണതരത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളായിരുന്നു അവർക്ക്. സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെ ബുദ്ധിശക്തിയും ആവേശവും ഇഷ്ടപ്പെട്ടെങ്കിലും സ്ക്കള്ളി ആപ്പിളിൽ ജോയിൻ ചെയ്യാതെ ഒഴിഞ്ഞുമാറിക്കൊണ്ടിരുന്നു.

സ്ക്കള്ളി പുതിയതായി പണിത ആഡംബര ഭവനം ജോബ്സ് സന്ദർശിച്ചു. നിലത്തു നിന്നു മച്ചുവരെ ഉയരമുള്ള ജനാലകൾ, ഭാരമേറിയതും ചിത്രപ്പണികളുള്ളതുമായ വാതിലുകൾ. വിരൽ കൊണ്ടൊന്നു തൊട്ടാൽ അതു തുറക്കാമായിരുന്നു. ആഡംബര പ്രിയനായ സ്ക്കള്ളിയെ സ്റ്റീവ് വലിയ ഹോട്ടലുകളിൽ കൊണ്ടുപോയി സൽക്കരിച്ചു. എങ്ങിനെയും സ്ക്കള്ളിയെ തന്റെ ചാക്കിലാക്കാൻ അയാൾ കിണഞ്ഞു പരിശ്രമിച്ചു കൊണ്ടിരുന്നു. എന്നാൽ പെപ്സിയുടെ സുഖശീതളിമയിൽ മുങ്ങിക്കിടന്ന ജോൺ സ്കള്ളി പിടികൊടുക്കാതെ നിന്നു.

പ്രതിഫലത്തിന്റെ കാര്യം ചർച്ച ചെയ്തപ്പോൾ സ്കള്ളി തനിക്ക് ശമ്പളം ഒരു ദശലക്ഷം ഡോളർ വേണമെന്നു പറഞ്ഞു, തീർന്നില്ല, കരാർ ഒപ്പുവെയ്ക്കുന്നതിനും ബോണസ്സായി വേറെ ഒരു ലക്ഷം ഡോളറും ആവശ്യപ്പെട്ടു. എന്നാൽ അതു കേട്ടിട്ടൊന്നും സ്റ്റീവിന്റെ തലകറങ്ങിയില്ല. ആപ്പിളിനു നിങ്ങൾ വേണം എന്റെ പോക്കറ്റിൽ നിന്നെടുത്താണെങ്കിലും പണം ഞാൻ തരും. തനിക്ക് ഏറ്റവും ഇഷ്ടപ്പെട്ട ആളാണ് ജോൺ സ്ക്കള്ളിയെന്ന് സ്റ്റീവ് പറഞ്ഞു. എന്നിട്ടും സ്കള്ളി സമ്മതിച്ചില്ല. പുറത്തു നിന്ന് ആവശ്യമായ ഉപദേശങ്ങൾ തരാമെന്നും ന്യൂയോർക്കിൽ സ്റ്റീവ് വരുമ്പോൾ ഒന്നിച്ചു കഴിയാമെന്നും അയാൾ പറഞ്ഞു. ജോബ്സിന് സഹിക്കാവുന്നതിലധികമായിരുന്നു അത്. ഒന്നും മിണ്ടാതെ തറയിൽ നോക്കി നിന്ന സ്റ്റീവ് സ്കള്ളിയെ വെല്ലുവിളിച്ചു. ഇനിയുള്ള കാലം മുഴുവൻ പഞ്ചസാരവെള്ളം വിറ്റു ജീവിക്കാനാണോ നിങ്ങളുദ്ദേശിക്കുന്നത്? അതോ ലോകത്തെ മാറ്റിമാറിക്കാനുള്ള ഒരവസരം ഉപയോഗിക്കാൻ നിങ്ങൾ ശ്രമിക്കുന്നോ?

മുഖത്ത് പ്രഹരമേറ്റതുപോലെ ജോൺ സ്കള്ളി സ്തംഭിച്ചു നിന്നു. ഇനി വയ്യെന്നു പറയാൻ തനിക്കാവുകയില്ലെന്ന് സ്കള്ളി മനസ്സിലാക്കി. താനുദ്ദേശിക്കുന്നതു

നടത്താനുള്ള അസാമാന്യ കഴിവ് സ്റ്റീവിനുണ്ടായിരുന്നു.

അങ്ങനെ 1983 മേയ്മാസം ജോൺ സ്കള്ളി ആപ്പിളിലെത്തി. ആപ്പിൾ II, ആപ്പിൾ III, ലിസ, മാക് എന്നിവയാണ് മാർക്കറ്റു ചെയ്യാനായി സ്കള്ളിയുടെ മുന്നിലുണ്ടായിരുന്നത്. തനിക്ക് ആയുസ്സു കുറവാണെന്നും മരിക്കുന്നതിനു മുമ്പ് സിലിക്കൺ വാലിയുടെ ചരിത്രത്തിൽ സ്വന്തം വ്യക്തിമുദ്ര പതിപ്പിക്കണമെന്നും സ്റ്റീവ് ആഗ്രഹിച്ചു. ഇരുവരും ദിവസവും കണ്ടുമുട്ടുകയും ഒരുമിച്ചു പ്രവർത്തിക്കുന്നതിലെ സന്തോഷം പങ്കുവെയ്ക്കുകയും ചെയ്തു. അവസരം കിട്ടുമ്പോഴെല്ലാം തനിക്കും ജോബ്സിനുമുള്ള സമാനതയും സ്കള്ളി അനുസ്മരിക്കും. ഇരുവരും ഒരേ തരംഗ ദൈർഘ്യത്തിലായതുകൊണ്ട് ഒരാൾ പറയുന്നത് മറ്റെയാൾ പൂർത്തിയാക്കും. വെളുപ്പിന് രണ്ടുമണിക്കുപോലും സ്റ്റീവ് സ്കള്ളിക്കു ഫോൺ ചെയ്ത് അയാളുടെ മനസ്സിലുദിച്ച പുതിയ ആശയത്തെപ്പറ്റി സംസാരിക്കും. രണ്ടു പേരും ഒരേപോലെയുള്ളവരാണെന്ന സ്കള്ളിയുടെ വിശ്വാസത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിച്ചാൽ അയാളെ കൈകാര്യം ചെയ്യാനെളുപ്പമാണെന്ന് സ്റ്റീവ് വിശ്വസിച്ചു. വാസ്തവികതയെ വക്രീകരിക്കുന്ന സ്റ്റീവിന്റെ സമീപനം സ്ഫോടനാത്മകമായ ഒരു സാഹചര്യം സൃഷ്ടിച്ചു.

സഹപ്രവർത്തകരോടുള്ള ജോബ്സിന്റെ ക്രൂരതയ്ക്കു വിരുദ്ധമായിരുന്നു സ്കള്ളി. അയാൾ വിനയപൂർവ്വം ജോലിക്കാരോടു പെരുമാറി. ജോലി എത്ര നന്നായി ചെയ്താലും സ്റ്റീവ് ഒരു കുറ്റം കണ്ടുപിടിക്കും. സുഹൃത്തിന്റെ പെരുമാറ്റ വൈരുദ്ധ്യം മനശാസ്ത്രപരമാണെന്ന് സ്കള്ളി വിശ്വസിച്ചു. ഭാവമാറ്റം സംഭവിക്കുന്നത് പെട്ടെന്നാണ്. ചിലപ്പോൾ അത്യുൽസാഹവാനായും മറ്റു ചിലപ്പോൾ തീർത്തും നിരാശനായും കാണപ്പെടും. മാകിന്റോഷിന്റെ വില നിർണ്ണയിക്കുമ്പോൾ അവർക്കിടയിൽ അഭിപ്രായ ഭിന്നതയുണ്ടായി. 1000 ഡോളറാണ് വില നിശ്ചയിച്ചിരുന്നത്. ഡിസൈനിംഗിൽ സ്റ്റീവ് മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിയപ്പോൾ ചിലവു കൂടി. വില 1995 ഡോളറാക്കേണ്ടി വന്നു. വലിയ പരസ്യങ്ങൾ കൊടുത്തു മാക് മാർക്കറ്റിലിറക്കുമ്പോൾ 500 ഡോളർ കൂട്ടി 2495 ഡോളർ വില നിശ്ചയിക്കണമെന്ന് സ്കള്ളി നിർദ്ദേശിച്ചു. പരസ്യ ചിലവും പ്രൊഡക്ഷന്റെ ഭാഗമാണ്. സ്റ്റീവ് ശക്തമായി എതിർത്തെങ്കിലും ജയിച്ചത് സ്കള്ളിയാണ്. അതിന്റെ ഫലമായി മാകിന്റെ വിൽപ്പന കുറഞ്ഞു. മൈക്രോസോഫ്റ്റ് മുന്നേറി. സ്വന്തം കമ്പനിയിൽ തന്റെ നിയന്ത്രണം നഷ്ടപ്പെടുകയാണെന്ന് സ്റ്റീവ് തിരിച്ചറിഞ്ഞു. അയാൾ അസ്വസ്ഥനായി.

മാക് പ്രകാശനം

1984 ജനുവരി 24ന് ആയിരുന്നു മാകിന്റോഷ് പ്രകാശനം ചെയ്തത്. അൻസാ കമ്മ്യൂണിറ്റി കോളേജിലെ ഫ്ലിന്റ് ഓഡിറ്റോറിയത്തിൽ നടന്ന ആപ്പിൾ ഓഹരിയുടമകളുടെ വാർഷിക പൊതുയോഗമായിരുന്നു അന്ന്. 2600 സീറ്റുകളുള്ള ഓഡിറ്റോറിയം നിറഞ്ഞു കവിഞ്ഞിരുന്നു. സ്റ്റീവ് സ്റ്റേജിന്റെ മൂലയിലുണ്ടായിരുന്നു. മേശയ്ക്കടുത്തു ചെന്ന് ഒരു തുണി സഞ്ചി കയ്യിലെടുത്തു. കൗതുകത്തോടെ നോക്കിയിരുന്ന കാണികളോട് അയാൾ പറഞ്ഞു. 'മാകിന്റോഷ് ഇവിടെയുണ്ട്, ഞാൻ കാണിച്ചു തരാം'. മൗസും കീബോർഡും സഞ്ചിയിൽ നിന്നെടുത്തു ഘടിപ്പിച്ചു. ഷർട്ടിന്റെ പോക്കറ്റിൽ നിന്ന് 3.5 ഇഞ്ച് ഫ്ളോപ്പി അതിലിട്ടു. chariots of fire എന്ന അവതരണ ഗാനത്തോടൊപ്പം 'മാകിന്റോഷ്' എന്ന അക്ഷരങ്ങൾ സ്ക്രീനിൽ തെളിഞ്ഞു. അതിനിടയിൽ കൈകൊണ്ടെഴുതുന്നതുപോലെ 'ഭ്രാന്തുപിടിപ്പിക്കുന്ന വൈഭവം' എന്ന് സാവധാനം തെളിഞ്ഞു വന്നു. കാണികൾ അത്ഭുതസ്തബ്ധരായി. പിന്നീട് കമ്പ്യൂട്ടറിലെ അത്ഭുതങ്ങളുടെ ഒരു ഘോഷയാത്രയായിരുന്നു. സ്വയം പരിചയപ്പെടുത്തുന്ന ആദ്യത്തെ കമ്പ്യൂട്ടറായി മാകിന്റോഷ്.



ജോൺ സ്കള്ളി

ഉല്പാദനം നിറുത്തിയ ലിസ കമ്പ്യൂട്ടറുകളിൽ മാകിന്റോഷ് പ്രോഗ്രാം ഘടിപ്പിച്ച് 'മകിന്റോഷ് XL' എന്ന പേരിൽ പുതിയ ഉൽപ്പന്നം വിൽക്കാൻ തുടങ്ങി. നിലവാരമില്ലാത്ത ഒന്നിനെ മാക് XL ആയി അവതരിപ്പിച്ചതിനാൽ നന്നായി വിറ്റു പോയി. ബാക്കി വന്ന ലിസ വിറ്റഴിഞ്ഞതോടെ സ്റ്റീവ് ആ തട്ടിപ്പു നിറുത്തി.

'ഹലോ ഞാൻ മാകിന്റോഷ്. ഈ സഞ്ചിയിൽ നിന്നു പുറത്തു വന്നത് തീർച്ചായായും ഒരു വലിയ കാര്യം തന്നെയാണ്'.

തുടർന്ന് നിലയ്ക്കാത്ത കയ്യടിയായിരുന്നു. അന്ന് 'പോപ്പുലർ സയൻസിലെ' ഒരു റിപ്പോർട്ടർ ജോബ്സിനോടു ചോദിച്ചു 'മാക്' വിപണിയിലിറക്കുന്നതിനുമുമ്പ് എന്തുതരം മാർക്കറ്റ് റിസർച്ചാണ് താങ്കൾ നടത്തിയത്. സ്റ്റീവിന്റെ മറുപിടി ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. 'ടെലിഫോൺ' കണ്ടുപിടിക്കുന്നതിനുമുമ്പ് ഗ്രഹാം ബെൽ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള മാർക്കറ്റ് റിസർച്ച് നടത്തിയിരുന്നോ?

ജോൺ സ്കള്ളി ആപ്പിളിൽ ചേർന്നതിന്റെ ഒന്നാം വാർഷികത്തിന് കുപെർട്ടിനോയിലെ ആഡംബര ഹോട്ടലിൽ വെച്ച് ഒരു പാർട്ടി നടത്തി. ജോൺ സ്കള്ളി ആപ്പിളിൽ ചേരാമെന്നു സമ്മതിച്ച ദിവസവും മാകിന്റോഷ് വിപണിയിലെത്തിച്ച ദിവസവുമാണ് തന്റെ ജീവിതത്തിലെ സന്തോഷം നിറഞ്ഞ നാളുകളെന്ന് പ്രസംഗത്തിനിടയിൽ സ്റ്റീവ് പറഞ്ഞു. ജോബ്സിനോടൊപ്പം പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിഞ്ഞതിലുള്ള സന്തോഷം സ്കള്ളിയും

പങ്കുവെച്ചു. ആപ്പിളിന് ഒരു നേതാവെയുള്ളു; സ്റ്റീവും ഞാനും. സ്കള്ളി പെട്ടന്നാരും മറക്കാത്ത ആ വാക്കുകളോടെയാണ് അവസാനിപ്പിച്ചത്. അതുകേട്ട് സ്റ്റീവ് ചിരിച്ചു.

അത്യാധുനിക സൗകര്യങ്ങളുള്ള ഒരു ഫാക്ടറി മാകിന്റോഷ് നിർമ്മിക്കുന്നതിനായി ഫ്രീമൊണ്ടിൽ സ്ഥാപിച്ചു. ഒരു ദിവസം സ്റ്റീവ് ഫാക്ടറി കാണാൻ തന്റെ പിതാവിനെ കൂട്ടികൊണ്ടു വന്നു. ഫാക്ടറി കണ്ട പോൾ ജോബ്സ് അത്ഭുതപ്പെട്ടു. അവിടത്തെ വൃത്തിയും വെടിപ്പും അദ്ദേഹത്തെ ആകർഷിച്ചു. സ്റ്റീവ് സന്തോഷത്തോടെ തന്റെ നേട്ടങ്ങളെക്കുറിച്ചും പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ചും അദ്ദേഹത്തോടു വിവരിച്ചു. പിതാവ് സന്തുഷ്ടനായി.

മാക് തകരുന്നു

1984 അവസാനത്തിൽ മാകിനോടുള്ള ആവേശം തണുത്തു തുടങ്ങി. കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ ശക്തിയും വേഗവും കുറവായിരുന്നു. യൂസർ ഇന്റർഫേസ് ആകർഷകമായിരുന്നെങ്കിലും മറ്റു കമ്പ്യൂട്ടറുകളെ അപേക്ഷിച്ച് മാകിനു കൂടുതൽ മെമ്മറി ആവശ്യമായിരുന്നു. മറ്റൊരു പ്രശ്നം ഇന്റേണൽ ഹാർഡ് ഡിസ്കിന്റെ അഭാവമായിരുന്നു. ഫാനുകൾ കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ നിശബ്ദതയെ ഇല്ലാതാക്കുമെന്നു പറഞ്ഞ് ഫാൻ ഒഴിവാക്കിയിരുന്നു. അതു മൂലം പല ഘടകങ്ങളും പെട്ടെന്ന് പ്രവർത്തന രഹിതമായി. ഡേറ്റ പകർത്താനായി ഒരു ഫ്ളോപ്പി ഡിസ്ക്കുമാത്രമേ ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. പരിമിതികൾ പരസ്യമായി. മാക്കിന്റെ വിൽപ്പന കുറഞ്ഞു. വിൽപ്പന മാസം പതിനായിരത്തിൽ താഴെയായി.

പിന്നീട് ജോബ്സ് ചെയ്തത് തനിക്കുപോലും വിശ്വാസമില്ലാത്ത ഒന്നിനെ വിപണിയിലിറക്കുകയായിരുന്നു. ഉല്പാദനം നിറുത്തിയ ലിസ കമ്പ്യൂട്ടറുകളിൽ മാകിന്റോഷ് പ്രോഗ്രാം ഘടിപ്പിച്ച് 'മകിന്റോഷ് XL' എന്ന പേരിൽ പുതിയ ഉൽപ്പന്നം വിൽക്കാൻ തുടങ്ങി. നിലവാരമില്ലാത്ത ഒന്നിനെ മാക് XL ആയി അവതരിപ്പിച്ചതിനാൽ നന്നായി വിറ്റു പോയി. ബാക്കി വന്ന ലിസ വിറ്റഴിഞ്ഞതോടെ സ്റ്റീവ് ആ തട്ടിപ്പു നിറുത്തി.

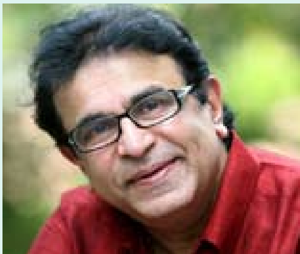
1985 ഫെബ്രുവരിയിൽ ജോബ്സ് മുപ്പതാം പിറന്നാൾ ആഡംബര പൂർവ്വം ആഘോഷിച്ചു. ബിൽഗേറ്റ്സിനെപ്പോലുള്ള സോഫ്റ്റ്വെയർ ഭീമൻമാരായിരുന്നു അതിഥികൾ.



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്, ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ

Homage

ക്യാപ്റ്റൻ രാജു (1950-2018)



പത്തനംതിട്ട ജില്ലയിലെ ഓമല്ലൂർ സ്വദേശിയായ ക്യാപ്റ്റൻ രാജു പട്ടാളസേവനത്തിനു ശേഷമാണു ചലച്ചിത്രരംഗത്തെത്തിയത്. സംവിധായകൻ, സീരിയൽ നടൻ തുടങ്ങിയ നിലകളിലും പ്രേക്ഷകർക്കു പരിചിതനാണ്. മലയാളത്തിനു പുറമേ ഹിന്ദി, തെലുങ്ക്, തമിഴ്, കന്നട, ഇംഗ്ലീഷ് ഭാഷകളിലായി അഞ്ഞൂറോളം സിനിമകളിൽ അഭിനയിച്ചിട്ടുണ്ട്.

1981ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ 'രക്തം' ആദ്യ ചിത്രം. രതിലയം, ആവനാഴി, ആഗസ്റ്റ് ഒന്ന്, നാടോടിക്കാറ്റ്, കാബൂളിവാല, സിഐഡി മൂസ, പഴശ്ശിരാജ, മുംബൈ പൊലീസ് തുടങ്ങി 500 ലധികം സിനിമകളിൽ അഭിനയിച്ചു. നിരവധി മലയാളം സീരിയലുകളിലും അദ്ദേഹം അഭിനയിച്ചിരുന്നു. 2017 ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ മമ്മൂട്ടി ചിത്രം 'മാസ്റ്റർപീസ്' ആണ് ഒടുവിൽ അദ്ദേഹം അഭിനയിച്ച ചിത്രം. 'ഇതാ ഒരു സ്നേഹ ഗാഥ', 'മിസ്റ്റർ പവനായി 99.99' എന്നീ ചിത്രങ്ങൾ സംവിധാനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. 2018 സെപ്തംബർ 17 ന് 68-ാം വയസ്സിൽ അന്തരിച്ചു.

Classifieds

The aim of marketing is to know and understand the customer so well the product or service fits him and sells itself.

- Peter F. Drucker



സക്സസ്
പിരമിഡ്



ചിക്കൻ പൊരിച്ചു പൊരിച്ച് വിജയം നേടാം

ആ ഉപഭോക്താക്കളേയും പങ്കാളികളേയും തൊഴിലാളികളേയും എന്തിന് നമ്മളോട് മത്സരിക്കുന്നവരെപ്പോലും ആദരിക്കുക.

–ജോൺ എം. ഹൺട്സ്മാൻ

ഒരു വ്യക്തി ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നു എന്ന് കരുതുക. ആ നിമിഷം ആ വ്യക്തി സത്യത്തിൽ സ്വതന്ത്രനായിത്തീരുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. അപ്പോൾ മുതൽ നിങ്ങൾ മുന്നോട്ടുപോകാൻ തയ്യാറാവുകയാണ്. ഈ ജീവിതമെന്നുപറയുന്നത് നമ്മൾ തന്നെ മെനഞ്ഞെടുക്കുന്നതാണ്, അത് നല്ലതോ, ചീത്തയോ ആക്കി മാറ്റുന്നത് മറ്റാരുമല്ല, നമ്മൾ തന്നെയാണ്...!

'കേണൽ സാൻടെർസ്' എന്ന അപരനാമത്തിൽ ലോകമെങ്ങുമറിയപ്പെട്ട ഹാർല് സാൻടെർസിന്റെ ജീവിത കഥ ഒന്നു ശ്രദ്ധിക്കൂ: കക്ഷി 1890 ൽ ഇന്ത്യാനയിലാണ് ജനിച്ചത്. പിതാവ് മരിക്കുമ്പോൾ ഹാർലിനു കേവലം അഞ്ചു വയസ്സു മാത്രം പ്രായം. ഫാക്ടറിയിലെ ജീവനക്കാരിയായ അമ്മ ജോലിക്കുപോകുമ്പോൾ, ഇളയ രണ്ടു സഹോദരന്മാരുടെ ഉത്തരവാദിത്വം കുഞ്ഞു ഹാർലിനായിരുന്നു. ഏഴുവയസ്സായപ്പോഴേക്കും സഹോദരന്മാരുടെ വിശപ്പുമൂലമുള്ള കരച്ചിലടക്കാൻ സ്വയം പാചകക്കാരനായി മാറി ഹാർല് സാൻടെർസ്. ചിക്കൻ പൊരിക്കുന്നതിൽ നൈപുണ്യം നേടി അവൻ എല്ലാവരെയും അതിശയിപ്പിച്ചിരുന്നുവത്രേ! ആ പാചക നൈപുണ്യം ഹാർല് സാൻടെർസിനെ പിൽക്കാലത്ത് പ്രശസ്തിയുടേയും പ്രതാപത്തിന്റേയും കൊടുമുടിയിലെത്തിച്ച കഥ ഇങ്ങനെ.

ആൾജെബ്ര പഠിപ്പിച്ചിരുന്ന അദ്ധ്യാപകനെ പേടിച്ചാണ് സത്യത്തിൽ പന്ത്രണ്ടാം വയസിൽ ഹാർലൻഡ് വീടുവിട്ടിറങ്ങിയത്. പല ജോലികളും ചെയ്തു. ഒന്നിലും വിജയം കണ്ടില്ല. 40 വയസ്സ് കഴിയേണ്ടി വന്നു, ഹാർലിന് ജീവിതത്തിൽ വിജയിക്കാൻ. ഒടുവിൽ ഷെൽ കമ്പനിയുടെ ഒരു പെട്രോൾ ബങ്കിൽ ജോലിക്കു കയറി. അവിടെ വച്ചാണ്, ചെറുപ്പത്തിൽ ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ തയാറാക്കാൻ തനിക്കുള്ള നൈപുണ്യം പരീക്ഷിക്കാൻ ഹാർലൻഡിന് അവസരം കിട്ടുന്നത്. കെൻടക്കിയിലെ ആ പെട്രോൾ ബങ്കിനോടു ചേർന്ന് ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ പാചകം ചെയ്തു വിൽക്കാൻ തുടങ്ങി. പെട്രോൾ സ്റ്റേഷനിൽ എത്തുന്നവർക്കിടയിലും, വഴി യാത്രക്കർക്കിടയിൽ ഹാർലിന്റെ ചിക്കൻ വിഭവം പ്രസിദ്ധമാകാൻ അധിക കാലം വേണ്ടിവന്നില്ല. നാല് വർഷം കൊണ്ട് വിപുലമായ രീതിയിലേക്ക് ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ ബിസിനസ് കൊണ്ടെത്തിക്കുവാൻ ഹാർലിന്റെ കഠിനാധ്വാനത്തിനു കഴിഞ്ഞു. 142 പേർക്ക് ഒരേ സമയം ഇരിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന ഹോട്ടൽ ആരംഭിച്ചിട്ടും, ഹാർലിന്റെ ഹോട്ടലിലെ തിരക്ക് കുറഞ്ഞിരുന്നില്ല. ഓർഡർ നൽകിയിട്ട് ആളുകൾ 35 മിനിട്ടോളം കാത്തിരിക്കേണ്ടി വരുന്നു എന്ന് മന



സിലാക്കിയ ഹാർല് അതിനുള്ള പരിഹാരത്തിനായ് തലപുകച്ചു. ഒടുവിൽ ഒരു പുതിയ പ്രഷർ കുക്കർ വാങ്ങി അതിനെ പ്രഷർ ഫ്രൈയർ ആയി രൂപപ്പെടുത്തിയെടുത്തു ആ പ്രശ്നം അങ്ങിനെ പരിഹരിച്ചു.

തുടർന്ന് തന്റെ ബിസിനസിന് ഒരു പാർട്ണർഷിപ് തേടി പല വലിയ ഹോട്ടൽ ബിസിനസുകാരെയും അദ്ദേഹം സമീപിച്ചു. പക്ഷേ എല്ലാവരും അദ്ദേഹത്തെ അവഹേളിച്ചു വിട്ടതേയുള്ളൂ

ദുരന്തം പുതിയ ബിസിനസ് സാധ്യതയാക്കി മാറ്റിയ കഥയാണ് കെഎഫ്സി എന്ന പേരിൽ ലോകപ്രശസ്തമായ കെൻറക്കി ഫ്രൈഡ് ചിക്കന്റേത് എന്നു പറയാം..!

ചിക്കൻ ബിസിനസ് കൊണ്ടു ജീവിതം പുലർത്താമെന്ന് ആത്മവിശ്വാസമായപ്പോൾ റോഡിന്റെ മറുവശത്ത് വിപുലമായ തോതിൽ ഹാർലൻഡ് തന്റെ ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ ബിസിനസ് ആരംഭിച്ചു.

ഹാർലൻഡിന്റെ മനസിൽ തുടക്കം മുതൽക്കേ ആത്മവിശ്വാസമുണ്ടായിരുന്നു, എന്നെങ്കിലുമൊരിക്കൽ താൻ ഈ ബിസിനസ് കൊണ്ട് ലോകം കീഴടക്കുമെന്ന്. അതു സാദ്ധ്യമാകണമെങ്കിൽ ഒരിക്കൽ തന്റെ റെസ്റ്റാറന്റിൽ വന്നു ഭക്ഷണം കഴിക്കുന്നവർ വീണ്ടും വരണം. അതുകൊണ്ട് ഗുണത്തിന്റെയും രുചിയുടെയും കാര്യത്തിൽ ഒരു വിട്ടുവീഴ്ചയ്ക്കും തയാറായില്ല ഹാർലൻഡ്.

അപ്രതീക്ഷിതമായാണ് ഹാർലെൻഡിന്റെ ബിസിനസ് ജീവിതത്തെ തകിടം മറിച്ചുകൊണ്ട് ഒരു വില്ലൻ കടന്നു വന്നത്. കോർബിനിൽ നിന്ന് 60 കി.മീറ്റർ അകലെക്കൂടി സുപ്രധാനമായ ഇന്റർസ്റ്റേറ്റ് ഹൈവേ വന്നു. പിന്നീട് പുതിയ ഹൈവേയിലൂടെയായി ട്രക്കുകളുടെ വരവുപോക്ക്. വളരെപ്പെട്ടെന്ന് തന്റെ ചിക്കൻ കോർണർ പൂട്ടിക്കെട്ടി ഹാർലൻഡ്. ആരും തകർന്നു പോകുന്ന സന്ദർഭം.

പക്ഷേ വളരെയേറെ ശുഭാപ്തിവിശ്വാസമുള്ള ഹാർലൻഡ് വെറുതേയിരുന്നില്ല. ബിസിനസിന് ഒരു പാർട്ണർഷിപ് തേടി വീണ്ടും അദ്ദേഹം പല വലിയ ഹോട്ടൽ ബിസിനസുകാരെയും സമീപിച്ചു. ആദ്യമൊന്നും ആരും അദ്ദേഹത്തെ വേണ്ട രീതിയിൽ ശ്രദ്ധിച്ചില്ല. സ്ഥിരോത്സാഹിയായ ഹാർലെൻഡ് തന്റെ പരിശ്രമത്തിൽനിന്നു പിൻമാറിയില്ല. ഒന്നല്ല, രണ്ടല്ല, ആയിരത്തി തൊണ്ണൂറ്റിയൊന്നു പേരുമായി താൻ ബിസിനസ് ഡീൽ ചർച്ച ചെയ്തെന്ന് പിന്നീട് അദ്ദേഹം പറയുന്നുണ്ട്.

എന്നിട്ടും ആരും താൽപര്യം കാണിച്ചില്ലത്രെ...! സാമ്പത്തികമായും മാനസികമായും ഹാർലൻഡ് തളർന്നു. രണ്ടു ദിവസത്തെ വിശ്രമത്തിനുശേഷം വർദ്ധിച്ച പ്രതീക്ഷയോടെ ഹാർലൻഡ് വീണ്ടുമൊരു ഹോട്ടലിലേക്ക് കടന്നുചെന്നു. ഭാഗ്യം, അവിടുത്തെ പാചകക്കാരൻ ഒരാഴ്ചത്തെ അവധിക്കു പോയിരിക്കുകയായിരുന്നു അപ്പോൾ. ഹാർലൻഡിന്റെ പുതിയ രുചിക്കൂട്ടു പരീക്ഷിക്കാൻ ആ കടയുടമ തയാറായി. ഒരാഴ്ചത്തേക്കു ചിക്കൻ ഫ്രൈ വാങ്ങാൻ സമ്മതിച്ച കടക്കാരൻ അടുത്ത ഒരു വർഷത്തേക്ക് സാൻഡേഴ്സിൽ നിന്നു ചിക്കൻഫ്രൈ വാങ്ങാൻ തയാറായി.

പിന്നീടുള്ളത് ചരിത്രമാണ്. ഹാർലൻഡിന്റെ ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ ബിസിനസിന് ധനസഹായം നൽകാൻ ബാങ്കുകളും ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളും മുന്നോട്ടു വന്നു. 1952 ൽ പീറ്റ് ഹെർമൻ എന്ന സുഹൃത്തിന് ഹാർലൻഡ് തന്റെ ഫ്രാഞ്ചൈസി നൽകി. ഹെർമൻ തന്റെ കടയ്ക്ക് അനുയോജ്യമായ ഒരു പേര് തിരക്കി. അയാളുടെ പെയിൻറിംഗ് ജോലിക്കാരനായ ഡോൺ ആൻഡേഴ്സന്റെ മനസിൽ പെട്ടെന്ന് ഒരു പേരു തെളിഞ്ഞു. ''കെൻറക്കി ഫ്രൈഡ് ചിക്കൻ.'' ആ പേരിലൂടെ പൊരിച്ച കോഴിയും കെൻറക്കി സംസ്ഥാനവും ലോകപ്രശസ്തമായി. ഹാർലൻഡിന്റെ ചരിത്രം പരിശോധിച്ചാൽ ഒരു കാര്യം സ്പഷ്ടമാകും. തളരാത്ത ആത്മവിശ്വാസവും വലിയ പ്രതീക്ഷയുമാണ് അദ്ദേഹത്തെ വിജയത്തിലെത്തിച്ചത്. മറ്റൊരു പ്രധാനകാര്യം ബിസിനസിന്റെ അനന്ത സാധ്യതയാണ്. മറ്റാർക്കുമില്ലാത്ത പ്രത്യേകത ഓരോ ബിസിനസിനുമുണ്ടായിരിക്കണം. ഫ്രൈഡ് ചിക്കന്റെ കച്ചവട സാദ്ധ്യത മനസ്സിലാക്കിയ അദ്ദേഹം 1952ൽ ഉട്ടാഹിൽ ആദ്യ 'കെ.എഫ്.സി' ഫ്രാഞ്ചൈസി തുടങ്ങി.

അന്താരാഷ്ട്ര ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് വിപണിയിൽ സാന്നിദ്ധ്യം അറിയിച്ച ആദ്യ അമേരിക്കൻ കമ്പനികളിൽ ഒന്നാണ് കെ.എഫ്.സി. 1970 കളുടെ തുടക്കത്തിൽ 'കെ.എഫ്.സി' യെ ഹ്യൂബ്ലിൻ എന്ന കമ്പനി വാങ്ങിച്ചു. ഹ്യൂബ്ലിനെ ആർ ജെ റേയ്നോൾഡ്സ് എന്ന കമ്പനി ഏറ്റെടുക്കുകയും പിന്നീട് "Pepsi Co" യ്ക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ പെപ്സി കൊ. യുടെ കീഴിലുള്ള "Yum! Brands" ആണ് കെ.എഫ്.സിയുടെ ഉടമസ്ഥർ.

1980ൽ ഹാർല് സാൻടെർസ് മരിക്കുമ്പോൾ കെ.എഫ്.സി ലോകമെമ്പാടും അറിയപ്പെടുന്ന, കൊതിയൂറുന്ന ഭക്ഷണപദാർത്ഥമായി മാറിയിരുന്നു. ഇതിനെല്ലാം കാരണം ഹാർല് സാൻടെർസ് വിജയത്തിനു വേണ്ടി എല്ലാ ശ്രദ്ധയും കൊടുത്തു എന്നതാണ്. പ്രതികൂലമായ കാലഘട്ടം തരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഫലപ്രദമായ മാർഗം മുഴുവൻ ഉത്തരവാദിത്വവും സ്വയം ഏറ്റെടുക്കുക എന്നതാണ്. അതിനർത്ഥം നിങ്ങളുടെ പ്രവൃത്തിയുടെ ഫലത്തിനുമേൽ നിങ്ങൾക്ക് പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം ലഭിക്കുമെന്നാണ്.

ഒരു ചെറിയ പ്രവൃത്തി ചിലപ്പോൾ നിർണ്ണായകമായ ഒരു വഴിത്തിരിവായി മാറാം.

–ജൂഡിത്ത് ലാറി

ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

Certain Traditions Remain Obsessions...

Publishing News with Conviction for Generations

Also Publishers of :



Rashtra Deepika Evening Daily
SOUTH INDIA'S LARGEST SELLING EVENINGER

Business Deepika
ECONOMIC FORTNIGHTLY



Karshakan
AGRICULTURAL MONTHLY

Sthreedhanam
WOMEN'S MONTHLY



Rashtra Deepika Cinema
FILM FORTNIGHTLY

Kuttikalude Deepika
CHILDREN'S FORTNIGHTLY



Children's Digest
CHILDREN'S ENGLISH MONTHLY

INTERNET VERSIONS:



deepika.com
deepikamatrimonial.com
rashtradeepika.com
deepikaclassifieds.com



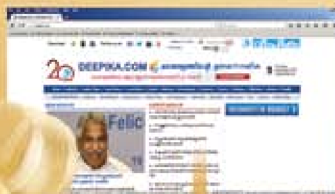


COMMITMENT BEYOND NEWS



DEEPIKA

The First Malayalam Daily Since 1887







RASHTRA DEEPIKA LTD.
Registered & Head Office
College Road, Kottayam, Kerala, Pin-686 001
Phone: 0481-3012222, Fax: 0481-2566066
E-mail: deepikaktm@deepika.com





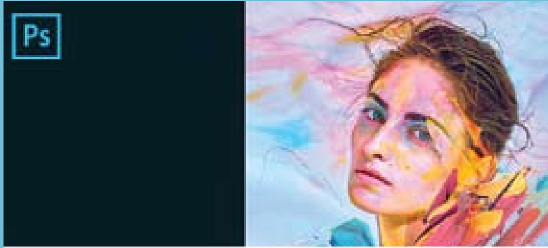
Model Code: 92/2018 Priyan

Model Code:93/2018 Anju Babu





tips n tricks



Adobe Photoshop-ൽ Image Assetes ഉപയോഗിച്ച് വിവിധ സൈസിലുള്ള image files create ചെയ്യുന്നതെങ്ങിനെയെന്ന് പരിശോധിക്കുകയാണ് ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ.

▼ Designer's Corner

തയ്യാറാക്കിയത് TK Wilson



Mobile, iPad എന്നീ App based ഉപകരണങ്ങൾക്കായി Apps ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നതിന് ഏറ്റവും അത്യന്താപേക്ഷിതമായ ഒരു പ്രോഗ്രാം ആണ് ഫോട്ടോഷോപ്പ്. ഒരു App ഡിസൈൻ ചെയ്യുമ്പോൾ ഒരേ ഇമേജിന്റെ തന്നെ പല സൈസിലുള്ള files ആവശ്യമായിവരും. ഓരോ തവണയും ഇമേജ് സൈസ് മാറ്റി അതാത് പേരുകളിൽ സേവ് ചെയ്യുന്നത് വളരെയേറെ സമയം എടുക്കുന്ന ജോലിയാണ്. എന്നാൽ ഇപ്പോൾ ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ അത് വളരെ എളുപ്പത്തിൽ ചെയ്യാവുന്നതാണ്. ഫോട്ടോഷോപ്പിന്റെ ഏറ്റവും പുതിയ versions-ൽ ആണ് ഇത് സാദ്ധ്യമാവുന്നത്. ഇതിന് ആദ്യമായി **File>Generate>Image Assets** select ചെയ്യുക. ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ ആക്ഷൻ പ്രവർത്തിക്കുന്നതുപോലെ തന്നെയാണ് ഇതും work ചെയ്യുന്നത്. തുടർന്ന് layer എടുത്ത് അതിന്റെ പേര് മാറ്റുക. ഇവിടെയാണ് ഇതിന്റെ മാജിക്. ഉദാഹരണത്തിന് 1500x1500 pixels ഉള്ള ഒരു ലോഗോ ആണ് തുറന്നിരിക്കുന്നതെന്ന് കരുതുക. ഇതിനെ 500x500 pixels ഉള്ള മറ്റൊരു ഫയൽ സേവ് ചെയ്യുന്നതിനായി ലെയറിന്റെ പേര് '500x500 500Logo.png' എന്നാക്കിയതിന്ശേഷം 'Enter' press ചെയ്യുക. ഇപ്പോൾ ഏതു ഫോൾഡറിൽ ആണോ ഈ ഇമേജ് സേവ് ചെയ്തിരിക്കുന്നത് ആ ഫോൾഡറിൽ 'Image Assets' എന്നപേരിൽ പുതിയ ഒരു ഫോൾഡർ Automatic ആയി create ആവുന്നതും അതിൽ 500x500 pixel സൈസിൽ ആ ഇമേജ് create ചെയ്തിരിക്കുന്നതും കാണാം. അതിന്റെ പേര് '500Logo.png' എന്നായിരിക്കും. png എന്നതിന് പകരം jpg എന്നാണ് ടൈപ്പ് ചെയ്യുന്നതെങ്കിൽ jpg ഫയൽ ആയിരിക്കും create ചെയ്യുന്നത്. ഇപ്പോൾ ഒരു സൈസിലുള്ള ഫയൽ create ചെയ്യുന്നതാണ് നമ്മൾ കണ്ടത്. ഇതുപോലെ അനേകം സൈസിലുള്ള ഫയലുകൾ ഒരേ സമയം create ചെയ്യുന്നതിനായി ഈ രീതിയിൽ pixel size, പേര് എന്നിവ ടൈപ്പ് ചെയ്ത് ഒരു text file create ചെയ്യുക. ഓരോ പേരിന് ശേഷവും 'coma' ഉപയോഗിച്ച് വേർതിരിക്കുക. തുടർന്ന് ഇത് കോപ്പി ചെയ്ത് ലെയറിന്റെ പേരിൽ place ചെയ്യുക. ഇപ്പോൾ എത്ര പേരും സൈസും കൊടുത്തിട്ടുണ്ടോ അത്രയും ഇമേജ് ഫയലുകൾ ആ ഫോൾഡറിൽ create ചെയ്തിരിക്കുന്നത് കാണാം!

InDesign, Illustrator, Photoshop എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള video tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക, share ചെയ്യുക. കൂടാതെ email വഴിയും ആശയങ്ങൾ കൈമാറാവുന്നതാണ്.

tkwill2son@gmail.com www.youtube.com/c/will2son



Honor killing brands

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 28 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

"I killed her because she loved a man who belonged to a community I didn't like. I'm proud that I've kept my family's honor." These are the words of an unrepentant father, who stabbed his beautiful, innocent daughter to death.

Reports of honor killings have become so commonplace that we don't even look for details in such news stories. Horrific and irrational, they all have the same storyline, similar characters, and shared messages of shallow yet brutal pride.

But a news item a few weeks ago on what I thought to be a weird case of honor killing had me read it through, word by word. The headline read "Burberry burns products worth £28.6 million". Wonder how much it is in Indian rupees? Hold on to your chair if you have what I call monetarophobia, the fear of large amounts of money. That amount in pound roughly converts to 2,574,000,000 Indian rupees! Burberry burned their own products worth such a dizzying amount? Yes, they did. Did these products have some fault in their making as what happened with car brands like Toyota and Volkswagen? No. Their reasons for the massive incineration are rather emotional.

Burberry, as you know, is a high-end British luxury brand. Their exclusive fashion lines include clothes, bags, perfumes and accessories. They sell their products at inflated prices. So inflated that a mere tote bag, which looks like any ordinary hand bag most women carry, would cost not less than 155,000 rupees! That's Burberry. That's what the brand's loyal customers want. Inflated prices to satisfy their inflated egos. The higher the price, the higher the perceived value. You could call it brand entrapment.

But while making billions in profits, Burberry seems to be falling into its own trap every now and then. In order to be constantly enticing, the brand tends to keep on producing goods on the basis of inflated business projections. This leads to overproduction. Overproduction leads to overstock. This piles up year after year. Can't they put them on a clearance sale? No, Burberry doesn't hold sales. Offer discounts? No, discounts would devalue their brand. Throw in some bait like Buy One Get One Free? No, such desperate attempts to woo in window shoppers are suicidal for Burberry.

So they're left with no other option but to strike a match. Burn and bury bundles of dead stock in the backyard. Hang on a second… did they consider giving it all to the poor? There're millions of men, women and children who don't even have a single piece of clothing to cover their body. Well, for Burberry the poor don't exist. Burberry is a brand. And brands have no ethics. Moreover, no Burberry customer would like to see the brand on the emaciated figure of a street girl in Mumbai or Mozambique. Such an unseemly sight would throw them into fits of nervous breakdown resulting in a nasty breakup with the brand.



Burberry is not the only one that decimates their own products to keep their honor in the upmarket brandom. There are reports of Hermes, Cartier, Mont Blanc and many others setting ablaze their huge stacks of unsold items.

It's difficult to have a definitive opinion about this wanton practice. Regarding products that are past their sell-by dates – perfumes for example - eliminating them without causing any harm to the environment is an ideal solution. But for items such as clothes and shoes, maybe the ethereal brands should figure out an earthly way to be of use to the needy. If they're worried about their brands reaching the wrong hands, they could remove the labels before bundling them up for charity. After all, without the labels, they're just clothes and shoes. Without the labels, their outrageous price tag would just sound like a misplaced joke

In my opinion, thinking compassionately about the underprivileged is far greater a brand move for the 'untouchable' brands than impassively wasting their own products to protect the exclusivity of the over-privileged.

Killing for honor is so trite that it's more akin to killing the honor. It's a bizarre step to killing the brand itself.

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.